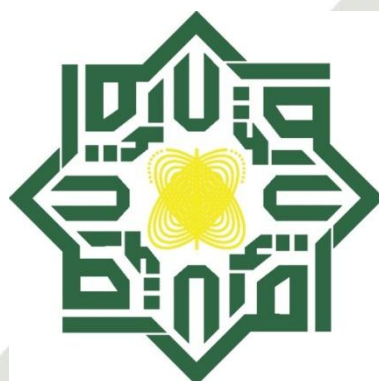


**PERAN HUMAS DALAM MEMBINA HUBUNGAN DENGAN  
PELANGGAN PADA PT (PERSERO ) WILAYAH RIAU  
KEPRI ULP (UNIT LAYANAN PELANGGAN)  
BANGKINANG**



UIN SUSKA RIAU

**SKRIPSI**

Diajukan kepada fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
Untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh  
Gelar Sarjana Strata satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

**IRFAN TASBIH**  
**NIM. 11443104564**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM  
RIAU  
2020**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI**

Setelah melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap penulis skripsi saudara :

Nama : Irfan Tasbih  
Nim : 11443104564  
Judul Skripsi : Peran Humas Dalam Membina Hubungan Dengan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Kepri ULP (Unit layanan Pelanggan) Bangkinang.

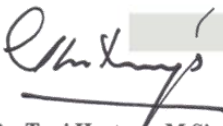
Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk di munaqasahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat, yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.


Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Wr. Wb

Pembimbing I

  
**Dr. Toni Hartono, M.Si**  
NIP. 19780605 200701 1024

Pembimbing II

  
**Intan Kemala, S.Sos, M.Si**  
NIP. 19810612 200801 2 017

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



**Dra. Atjih Sukaesih, M.Si**  
NIP. 196911181996032001



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**  
**كلية الدعوة و علم الاتصال**  
**FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION**  
 Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28233 PO. Box. 1004 Telp. 0761-562223  
 Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: lain-sg@pekanbaru-indo.net.id

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul **"Peran Humas Dalam Membina Hubungan Dengan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Kepri ULP Bangkinang"** yang ditulis oleh:

Nama : Irfan Tasbih  
 NIM : 11443104564  
 Jurusan : Ilmu Komunikasi (Public Relations)

Telah dimunqasahkan dalam sidang panitia ujian sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada:

Hari : Rabu  
 Tanggal : 11 Maret 2020

Dan disetujui sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 17 maret 2020

**Dekan**



**Dr. Nurdin, MA**  
 NIP. 19660620 200604 1 015

**Tim Penguji**

**Ketua Sidang**

**Dra Atjih Sukaesih, M.si**  
 NIP. 19691118 199603 2 001

**Sekretaris Sidang**

**Imron Rosidi, MA, P. hD**  
 NIP. 19811118 200901 1 006

**Penguji III**

**Rafdeadi, MA**  
 NIP. 19821225 201101 1 022

**Penguji IV**

**Drs H. Arwan, M. Ag**  
 NIP. 19660225 199303 1 002



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGESAHAN**

Proposal dengan judul “Peranan Humas Dalam Membina Hubungan Dengan Pelanggan Pada PT PLN. (PERSERO) Wilayah Riau Kepri Rayon Bangkinang”

yang diajukan oleh saudara:

Nama : Irfan Tasbih  
NIM : 11443104564  
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Telah diseminarkan pada:

Hari / Tanggal : Selasa, 25 September 2018  
Pukul : 14.00 WIB  
Tempat : Ruang Munaqasah I

Dengan ini diterima untuk penulisan skripsi selanjutnya sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 06 November 2018

Penguji,

  
**Muhammad Badri, SP, M.Si**  
NIP. 198110313 201101 1 004

UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Lembar Pernyataan Keaslian/Orisinalitas**

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Irfan tasbih  
NIM : 11443104564  
Tempat/Tanggal Lahir : Bangkinang 25 Juni 1996  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Peran Humas dalam membina hubungan dengan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Kepri ULP (Unit Layanan Pelanggan) Bangkinang

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian,

Pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik untuk naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dengan karya tulis ini sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Serta undang-undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 30 Januari 2020

Yang membuat pernyataan



**IRFAN TASBIH**  
NIM. 11443104564

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 30 Januari 2020

Dosen Pembimbing Skripsi

Nomor : Nota Dinas

Lampiran : 1 (Eksemplar) Skripsi

Hal : Pengajuan Ujian Skripsi  
a.n Irfan Tasbih

*Assalamua'alaikum Wr. Wb.*

Setelah kami mengadakan pemeriksaan atau perubahan seperlunya guna kesempurnaan skripsi ini, maka kami sebagai pembimbing skripsi saudara Nopiyarni NIM. 11443104564 dengan judul **Peran Humas Dalam Membina Hubungan Dengan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Kepri ULP (Unit Layanan Pelanggan) Bangkinang** telah dapat diajukan untuk mengikuti ujian Munaqasah guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) dalam bidang Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Harapan kami semoga dalam waktu dekat, yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian Munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian surat pengajuan ini kami buat, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamua'alaikum Wr. Wb.*

Pembimbing I



**Dr. Toni Hartono, M.Si**  
NIP. 19780605 200701 1 024

Pembimbing II



**Intan Kemala, S.Sos., M.Si**  
NIP. 19810612 200801 2 017



## ABSTRAK

**Nama :** Irfan Tasbih  
**Nim :** 11443104564  
**Prodi :** Ilmu Komunikasi  
**Judul :** Peran Humas Dalam Membina Hubungan Dengan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Kepri Ulp (Unit Layanan Pelanggan) Bangkinang

Humas memiliki peran eksternal dan internal demikian juga yang dilakukan humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Kepri ULP (Unit Layanan Pelanggan) Bangkinang. Dalam konteks peran eksternal humas berperan menjalin dan memelihara hubungan yang harmonis antara masyarakat perusahaan sebagai pelanggan. Penelitian ini ingin menjawab bagaimana peran humas dalam membina hubungan dengan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Kepri ULP (Unit Layanan Pelanggan) Bangkinang. Dengan menggunakan metode penelitian Deskriptif Kualitatif maka dipaparkan data hasil wawancara observasi dan dokumentasi hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam membina hubungan dengan pelanggan humas PT. PLN (Persero) ULP (Unit Layanan Pelanggan) Bangkinang melaksanakan beberapa kegiatan yaitu :1). Humas memberikan ide dalam kegiatan sharing dan diskusi terkait dengan persoalan antara perusahaan dan pelanggan. 2). Humas berperan sebagai komunikator dan mediator terhadap keluhan pelanggan melalui aplikasi mobile sebagai media penghubung antara keduanya. 3). Humas berperan sebagai pengambil keputusan terhadap persoalan yang terjadi pada pelanggan melalui berbagai kebijakan yang bersifat informatif. 4). Humas berperan sebagai teknisi komunikasi dengan mengutamakan beragam media sebagai penghubung antara perusahaan dengan pelanggan seperti penyediaan call centre, penggunaan media sosial dan sarana informasi lainnya yakni spanduk, brosur dan lain-lain.

**Kata Kunci:** Peran, Humas, Pelanggan, PLN.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Hak Cipta Milik UIN Suska Riau**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRACT

**Name** : Irfan Tasbih  
**Student Reg. No** : 11443104564  
**Department** : Communication  
**Title** : The Role of Public Relation in Managing the Relationship of Customers in PT. PLN (Persero ) Wilayah (Area) Riau Kepri Ulp (Unit Layanan Pelanggan or Customer Service Unit) Bangkinang

Public relation has an external and internal role as well as that of PT. PLN (Persero) Riau and Riau Islands ULP (Customer Service Unit) Bangkinang. The public relations external role is to establish and maintain a harmonious relationship between the company community as a customer. This study wants to answer how is the role of public relations in fostering relationships with customers at PT. PLN (Persero) Riau and Riau Islands ULP (Customer Service Unit) Bangkinang. By using Descriptive Qualitative research method, the data are collected from the results of the observation, interviews and documentation. This thesis finds that in developing relationships with customers, the public relation of PT. PLN (Persero) ULP (Customer Service Unit) Bangkinang carried out several activities, namely: 1). Public relation gives ideas in sharing and discussion activities related to issues between the company and customers. 2). Public Relations acts as a communicator and mediator of customer complaints through a mobile application as a media liaison between the customer and company. 3). Public Relations acts as a decision maker for problems that occur to customers through a variety of informative policies. 4). Public Relations acts as a communication technician by prioritizing a variety of media as a liaison between the company and customers such as providing call centers, using social media and other means of information namely banners, brochures and many others.

**Keywords:** Role, Public Relations, Customers, PLN.

UIN SUSKA RIAU



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## KATA PENGANTAR



Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh – sungguh (urusan) yang lainnya. Dan hanya kepada Tuhanmu, hendaklah engkau berharap.(Q.S. Al Insyirah : 6-8)

### Assalamu’alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Alhamdulillahirobbil alamin. Segala puji ALLAH SWT, atas segala limpahan berupa rahmat, hidayah, inayah-Nya, serta kesehatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Shalawat beserta salam penulis ucapkan kepada junjungan alam yakni Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman jahiliah kepada zaman yang penuh cahaya dan ilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan pada saat sekarang ini.

Skripsi dengan judul : **“Peran Humas Dalam Membina Hubungan Dengan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Kepri ULP (Unit Layanan Pelanggan) Bangkinang”** Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui peranan humas dalam membina hubungan dengan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Kepri ULP (Unit Layanan Pelanggan) Bangkinang. Disamping itu penelitian ini dilakukan oleh penulis untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Penulisan skripsi ini juga tidak terlepas dari dukungan serta bantuan berbagai pihak. Terimakasih kepada orang tua yang penulis cintai, yaitu ayahanda H Mahyuddin ibunda Hj Rajiah yang telah banyak memberikan motivasi, dorongan, dan doa kepada penulis. Serta ucapan terimakasih kepada , Nurmah Mudi Ikhsan, dan sibungsu Gina Putri Andini yang senantiasa sebagai tempat penulis menyampaikan keluh kesah dan bersenda gurau. Dan semangat dari teman-

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

teman yang selalu membantu sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sampai selesai.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan. Hal ini disebabkan keterbatasan ide dan sumber pendukung untuk melengkapi skripsi ini. Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. KH. Akhmad Mujahidin, M.Ag selaku Rektor UIN Suska Riau beserta Bapak Wakil Rektor.
2. Bapak Dr. Nurdin, MA selaku Dekan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Masduki, M.Ag, Dr. Toni Hartono, M.Si dan Bapak Dr. Azni, Mag selaku Wakil Dekan I, II dan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Ibu Dra. Atjih Sukaeshi, M.Si selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Bapak Yantos, S.I.P selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Dr. Kodarni, S.St, MPd selaku Pembimbing Akademik penulis di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Dr. Toni Hartono, M.Si dan ibuk Intan Kemala, S.Sos, Msi selaku Pembimbing I dan II yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, kesempatan dan memberikan pengarahan-pengarahan dan nasehat demi kesempurnaan penulisan skripsi ini.
7. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama perkuliahan.
8. Seluruh karyawan Perpustakaan Universitas Islam Sultan Syarif kasim Riau serta Perpustakaan Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah membantu dan mempermudah penulis mendapatkan buku hingga penulis menyelesaikan skripsi ini.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

9. Serta seluruh Pegawai PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Kepri ULP (Unit Layanan Pelanggan) Bangkinang.
10. Teman-teman Public Relation C tahun 2015 yaitu Ade Lilla, Ardian Toni, Aulia Andriyanto, Dio Pratama P, Eka Wahyuni, Gebby Destia S, Gista Aprilia, Hendra Cahyadi, Hilma Arifah Lubis, Ibnu Ali, Intan Cornela, Irvan Desa Ritonga, Khairani Syam, Khairul Anwar, M.Ryza Bayudhi, Mardalena Eka S, Mayda Putri, Nora Fariza, Nopiyarni, Nurul Fitriani, Ozi Tryvela, Pinta Ummisha, Renny Umami, Rika Opriani, Rima Triana, Ryan Andre, Sergio Efendi, Sherly Wulandari, Syafi'I, Syaikul Syahid, Wanda Winalda, Wardatul Jannah, Widya Astuti, Wirda Nofira, Yani Hariyani, Zulnahdi.
11. Sahabat KKN Uin Suska Riau 2017 Posko desa Rantau Sialang, Kecamatan Kuantann Mudik, Kabupaten Kuantan Singingi.
12. Sahabat dan saudara seperjuangan yang penulis sayangi.
13. Ayah dan ibu yang selalu memeberikan do'a dan semangat.
14. Dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu oleh penulis.

Harapan penulis semoga karya ilmiah ini dapat memberi manfaat kepada semua kalangan yang membutuhkan, baik dari kalangan akademis, maupun masyarakat luas pada umumnya.

Pekanbaru, 30 Januari 2020

Penulis,

**IRFAN TASBIH**  
**NIM. 11443104564**



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Penegasan Istilah .....	5
C. Batasan Masalah .....	7
D. Permasalahan .....	7
E. Tujuan Penelitian .....	7
F. Manfaat Penelitian .....	7
G. Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II KAJIAN TEORI dan KERANGKA PIKIR</b> .....	10
A. Kajian Teori .....	10
B. Kajian Terdahulu .....	26
C. Kerangka Pikir .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	30
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	30
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	30
C. Sumber Data .....	30
D. Informan Penelitian .....	31
E. Teknik Pengumpulan Data .....	31
F. Validitas Data .....	32
G. Teknik Analisis Data .....	32
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b> .....	34
A. Sejarah Berdiri PT. PLN (Persero) .....	34
B. Visi dan Misi PT. PLN (Persero) .....	36

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

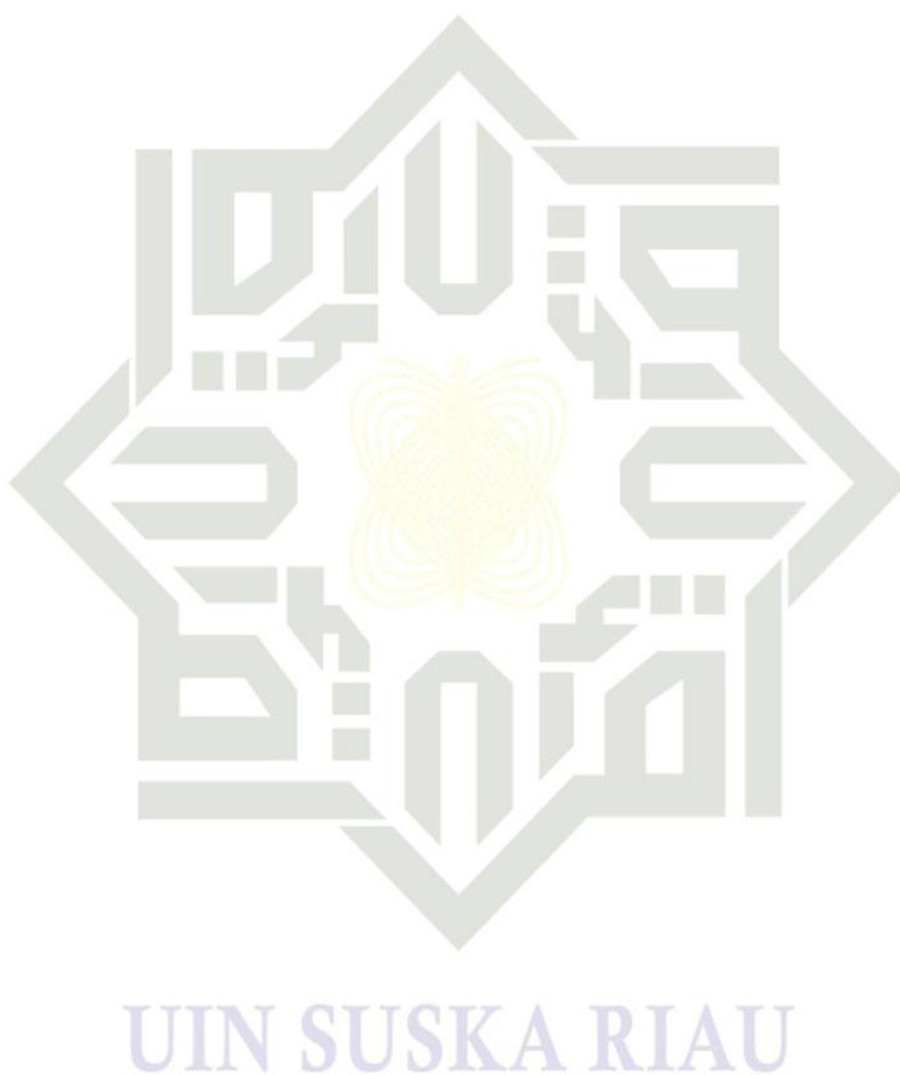
C. Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) .....	38
D. Uraian Tugas dan Wewenang Setiap Unit Perusahaan .....	38
E. Struktur Organisasi PT. PLN (Persero) ULP Bangkinang .....	44
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>47</b>
A. Hasil Penelitian .....	47
B. Pembahasan .....	55
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>65</b>
A. Kesimpulan .....	65
B. Saran .....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP PENULIS</b>	

**Hak Cipta Berdasarkan Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR TABEL

Tabel V.1	Daftar Nama Informan Penelitian .....	47
-----------	---------------------------------------	----



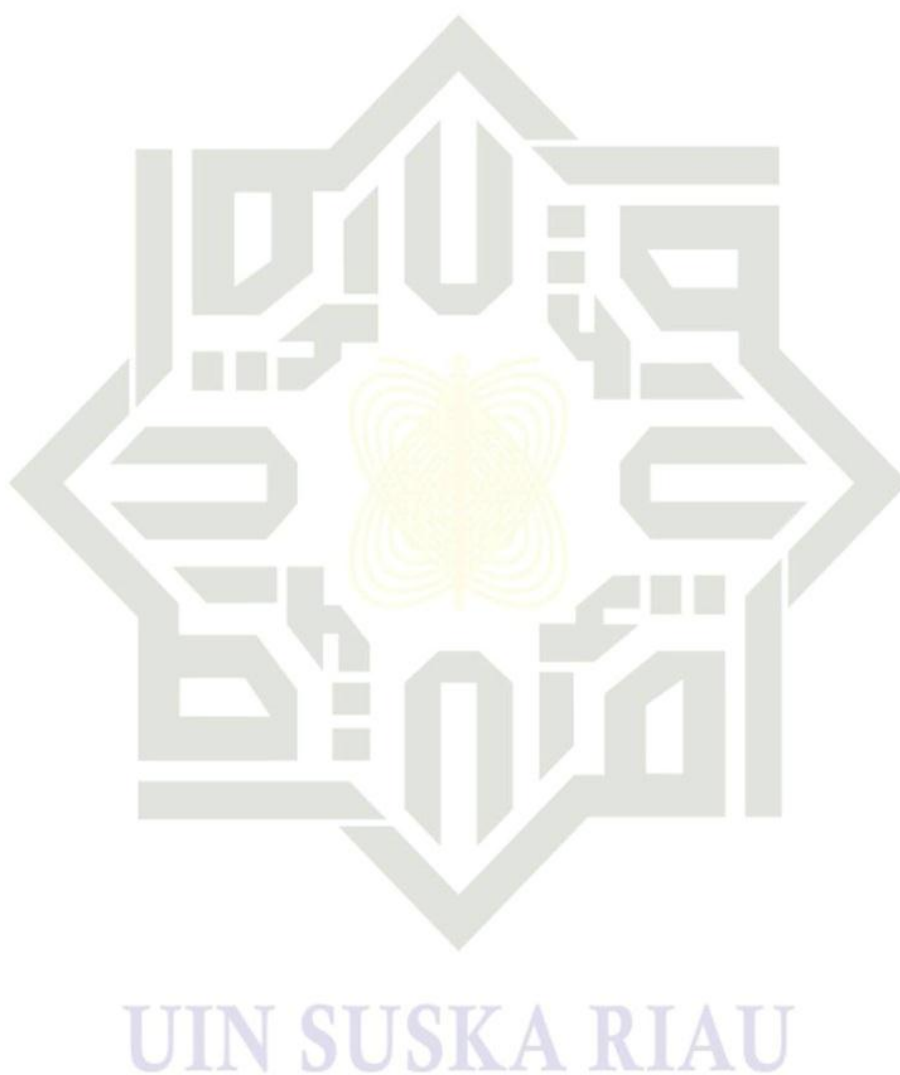


**Hak Cipta Milik UIN Suska Riau**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b>	<i>Kerangka Pikir</i> .....	28
<b>Gambar 4.1</b>	Srtuktur Organisasi PT. RSI.....	44
<b>Gambar 5.1</b>	Grub concact center PT. PLN .....	50
<b>Gambar 5.2</b>	Kegiatan Sosialisasi PT. PLN .....	54



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini listrik merupakan sarana vital dalam menunjang berbagai aktifitas manusia. Dengan adanya listrik, manusia dapat memperoleh kemudahan dan cenderung untuk memilih segala sesuatu yang serba cepat dan praktis. Dalam rumah tangga misalnya listrik digunakan untuk menjalankan alat rumah tangga seperti mencuci, memasak, dan lain-lain. Sedangkan dalam perusahaan-perusahaan, energi listrik digunakan untuk menjalankan mesin-mesin industri. Selain itu juga dalam menyampaikan informasi melalui media massa, radio, dan sebagainya sangat memerlukan energi listrik. Oleh karena itu, sudah seharusnya pengelolaan serta pendistribusian tenaga listrik kepada masyarakat dilaksanakan dengan baik oleh perusahaan listrik Negara.<sup>1</sup>

PT PLN (Persero) merupakan perusahaan milik Negara yang merupakan sebuah Badan Usaha Milik Negara yang merencanakan dan melaksanakan proyek-proyek kelistrikan dengan jangka panjang. PT PLN (Persero) bertanggung jawab dalam penyelenggara usaha penyediaan tenaga listrik bagi kepentingan umum baik industri maupun rumah tangga dalam jumlah dan mutu yang memadai serta memupuk keuntungan dan melaksanakan tugas pemerintah dalam bidang ketenagalistrikan.

Listrik merupakan suatu kebutuhan pokok pokok yang tidak bisa lepas dari kehidupan sehari-hari penduduk Indonesia baik itu di bidang industri maupun di rumah tangga. Menurut *CIA World Factbook* tahun 2016 Indonesia merupakan salah satu Negara dengan populasi penduduk yang berada di peringkat 4 dengan jumlah penduduk 258.316.051 jiwa sekitar 3,5% dari jumlah penduduk dunia. Berdasarkan data *CIA World Factbook* dapat dilihat dari jumlah penduduk Indonesia mempengaruhi pemakaian energi

---

<sup>1</sup>Ministry of Energy and Mineral Resources of Indonesia, 2016

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

listrik, dimana pada tahun 2015 PT PLN (Persero) mendata Indonesia mengalami peningkatan pemakaian daya energi listrik sebesar 198,6 Twh (Terra watt hour).<sup>2</sup>

PT. PLN (Persero) Unit Induk Wilayah Riau Kepri ULP (Unit Layanan Pelanggan) Bangkinang tidak berbeda dengan apa yang di kemukakan di atas juga tidak mampu memenuhi kebutuhan energi listrik di bangkinang karena keterbatasan kapasitas pembangkit yang ada. Di samping itu kenaikan harga bahan bakar minyak (BBM) turut mempengaruhi kemampuan PT. PLN (Persero) tersebut di atas.<sup>3</sup>

Untuk melayani pelanggan yang semakin banyak diperlukan tenaga, biaya dan waktu secara materi yang cukup. Namun dalam pelaksanaan sering kali perusahaan listrik Negara menemukan kendala-kendala dilapangan karena keterbatasan-keterbatasan tertentu, oleh karena itu pelayanan yang diberikan belum optimal.

Hal ini dapat dilihat secara sepintas selama penelitian melakukan pra survey di lapangan masih ditemukan adanya keluhandari masyarakat tentang pelayanan listrik kepada PT. PLN (Persero) seperti seringnya pemadaman listrik secara bergilir, pencatatan meteran listrik yang tidak rutin mengakibatkan ketidak sesuaian antara pemakaian dengan pembayaran, lambatnya penyelesaian terhadap gangguan listrik, serta lamanya menunggu pemasangan listrik bagi calon pelanggan baru dan juga keluhan mengenai pemasangan tiang listrik baru di atas tanah masyarakat tanpa sepengetahuan dari masyarakat yang memiliki tanah tersebut.

Keluhan-keluhan tersebut di atas disampaikan oleh masyarakat melalui berbagai cara baik secara tertulis maupun secara lisan. Atau melalui SMS yang di muat di media massa, dimana masyarakat mengeluh mengenai pemadaman bergilir pada malam, ”pemadaman listrik dikeluhkan warga

<sup>2</sup>CIA Word Factbook. 2016

<sup>3</sup>PT. PLN, Bangkinang. 2017



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pasalnya, pemadaman sering terjadi pada saat menjelang malam atau sekitar magrib. Dimana warga membutuhkan listrik lebih banyak.<sup>4</sup> hari sehingga mengakibatkan barang-barang elektronik masyarakat menjadi rusak dan masyarakat meminta agar PT. PLN (Persero) mengumumkan jadwal pemadaman bergilir tersebut di media cetak maupun media elektronik sehingga masyarakat mengetahui jadwal pemadaman yang dilakukan PT. PLN (Persero) Unit Induk Wilayah Riau Kepri ULP (Unit Layanan Pelanggan) Bangkinang.

Selain di media cetak maupun media elektronik, ada beberapa masyarakat yang langsung mendatangi kantor PT. PLN (Persero) ULP (Unit Layanan Pelanggan) bangkinang untuk menyampaikan keluhannya. Namun ada beberapa keluhan masyarakat yang tidak dapat segera ditanggapi. Hal itu disebabkan karena kurang jelasnya informasi yang disampaikan masyarakat dan atau karena keterbatasan-keterbatasan lain seperti, keterbatasan waktu, tenaga, biaya, maupun alat dan bahan serta kekurangan energy dari pembangkit listrik.

Setiap perusahaan harus bisa membina hubungan yang baik dengan lembaga atau instansi pemerintahan yang ada di sekitarnya, tempat dimana perusahaan itu melaksanakan kegiatannya. Oleh karena itu, humas perusahaan harus aktif dan kreatif dalam kegiatan menjalin dan membina hubungan dengan pelanggan.

Peran humas secara internal adalah peran yang di jalankan oleh humas di dalam perusahaan. Adapun peran humas secara internal adalah membantu menyampaikan informasi mengenai kebijaksanaan, kebijakan, dan tata tertib yang berlaku bagi seluruh karyawan serta para *stakeholder* (pemegang saham). Sedangkan peran humas secara eksternal adalah menjalin dan memelihara hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan masyarakat sebagai pelanggan. Memelihara hubungan harmonis antara perusahaan dengan

<sup>4</sup> PLN Bangkinang Adakan Pemadaman bergilir, tribun pekanbaru, 6 mei 2017

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penegang kebijaksanaan seperti: pemerintah atau instansi terkait, lembaga sosial seperti lembaga keagamaan, lembaga pendidikan, termasuk membina hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan masyarakat di lingkungan sekitar perusahaan tersebut.

Melaksanakan hubungan dengan pelanggan atau istilahnya dalam dunia public relations dikenal dengan customer relations. Dimana humas harus berupaya membina hubungan dengan pelanggan. Salah satu tujuan perlunya membina hubungan dengan pelanggan adalah mengakrabkan diri dengan masyarakat atau pelanggan dengan tujuan untuk melancarkan dan menjaga hubungan yang baik. Pelanggan adalah orang yang paling penting untuk dilayani kehadirannya secara langsung mendatangi kantor PT. PLN (Persero) atau kehadirannya secara tidak langsung dengan menggunakan media sebagai media perantara seperti telepon, atau surat kabar. Para pelanggan perusahaan listrik Negara ini berasal dari berbagai pihak mulai dari rumah tangga, perkantoran, bisnis dan badan sosial.

Membina hubungan yang baik dengan pelanggan adalah sebuah hal yang sangat penting. Membina hubungan itu tidak selalu dengan menawarkan produk. Anda bisa berbicara terkait hal lain yang bisa memberikan sebuah kemanfaatan bersama. Dengan begitu, pelanggan akan semakin percaya kepada perusahaan. Membangun hubungan yang benar-benar dekat dengan pelanggan memang bukan suatu hal yang mudah. Apalagi ketika perusahaan memiliki ratusan atau bahkan ribuan pelanggan. Oleh karena itu, ada cara yang tepat bagaimana membina hubungan dekat dengan banyaknya pelanggan yang di miliki.

Membangun hubungan pelanggan yang benar-benar dekat, sehingga perusahaan mengetahui banyak hal mengenai pelanggannya memang tidaklah mudah. Apalagi, kalau jumlah pelanggan tersebut cukup banyak yang hampir tidak memungkinkan perusahaan memahami satu per satu pelanggannya dengan baik dan lengkap.

Peran humas secara external meliputi suatu praktik membangun hubungan jangka panjang yang mampu memuaskan pelanggan, baik dari segi

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pelayanan maupun pengaduan. Ini bukanlah hal yang mudah mengingat orientasi hubungan yang diinginkan oleh humas itu kearah yang lebih dekat, tentulah ada peran-peran yang dijalankan selama ini oleh humas dalam membina hubungan agar tetap harmonis. Maka penulis berasumsi ada cara tersendiri yang dilakukan oleh humas PT. PLN (Persero) Unit Induk Wilayah Riau Kepri ULP (Unit Layanan Pelanggan) bangkinang.

Sesuai dengan hal-hal yang dikemukakan sebelumnya, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut: **“Peranan Humas Dalam Membina Hubungan Dengan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Kepri ULP (Unit Layanan Pelanggan) Bangkinang”**

## B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari salah pengertian dan kesalah pahaman tentang konsep dan istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka penulis memberikan beberapa penegasan istilah yang terdapat dalam judul tersebut yaitu :

### 1. Peranan

Peran adalah tindakan yang dilakukan seseorang dalam suatu peristiwa.<sup>5</sup>

Peran adalah proses dinamis kedudukan (status). Apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, dia menjalankan suatu peranan. Perbedaan antara kedudukan dengan peranan adalah untuk kepentingan ilmu pengetahuan. Keduanya tidak dapat dipisah-pisahkan karena yang satu tergantung pada yang lainnya dan sebaliknya.<sup>6</sup>

### 2. Humas (public Relations)

Hubungan masyarakat atau yang dikenal dengan humas adalah fungsi manajemen yang khas mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya menyangkut aktivitas

<sup>5</sup> Departemen Pendidikan Nasional, kamus Besar bahasa Indonesia, (Jakarta): Balai Pustaka (2005), 854.

<sup>6</sup> Menurut para Ahli, Soekanto, (2009:212-213)



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

komunikasi, penerimaan kerjasama melibatkan manajemen dalam persoalan atau permasalahan perubahan secara efektif. Bertindak sesuai system poeringatan didalam mengantisipasi kecendrungan menggunakan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat bagi sarana utama.<sup>7</sup>

Humas adalah suatu fungsi manajemen yang menilai sikap publik, menunjukkan kebijakan dan prosedur dari seorang individu atau sebuah lembaga atas dasar kepentingan publi, merencanakan, dan menjalankan rencana kerja untuk memperoleh pengertian dan dapat diterima dengan baik oleh publik.<sup>8</sup>

3. Hubungan dengan Pelanggan Customer relations adalah hubungan dengan pelanggan. Customer Relations merupakan salah satu fungsi public Relations dalam rangka menjalankan fungsi eksternalnya dan khusus melayani khalayak konsumen dan pelanggan yang langsung berhubungan dengan perusahaan untuk mendapat barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan.<sup>9</sup>

Hubungan dengan pelanggan adalah untuk mengelolah hubungan dengan sebuah perusahaan dengan pelanggan dan mencoba untuk menganalisis data tentang sejarah pelanggan dengan perusahaan, agar dapat meningkatkan hubungan bisnis antara perusahaan den pelanggan.<sup>10</sup>

4. Pelanggan

Pelanggan adalah seorang individu yang secara kontiniu dan berulang kali datang ke tempat yang sama untuk memeuaskan keinginannya dengan memeiliki suatu produk atau jasa tersebut.<sup>11</sup>

5. Perusahaan Listrik Negara (PLN)

Perusahaan Listrik Negara (PLN) merupakan perusahaan listrik persero satu-satunya yang ada di Indonesia di bawah naungan Badan

<sup>7</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & media Komunikasi*, ( Jakarta ) : Rajawali Pers, (2008), 42.

<sup>8</sup> Danandjaja, (2011: 16)

<sup>9</sup> Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*, (Jakarta) : kencana, (2008), 33.

<sup>10</sup> Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*, (Jakarta) : kencana, (2008), 35.

<sup>11</sup> Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa dan Teori Praktek*, (Jakarta): Salemba Empat, 2001), 14.

Usaha Milik Negara (BUMN) yang memasok dan memenuhi kebutuhan listrik untuk masyarakat seluruh Indonesia.<sup>12</sup>

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang maka penulis mengambil pokok permasalahan yang dirumuskan yaitu bagaimana peranan humas dalam membina hubungan dengan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Kepri (Unit Layanan Pelanggan) Bangkinang?

### **D. Batasan Masalah**

Pada penelitian ini penulis memfokuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu bagaimana peranan humas dalam membina hubungan dengan pelanggan pada PT. PLN (Persero) wilayah Riau Kepri ULP (Unit Layanan Pelanggan) Bangkinang ?

### **E. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peranan humas dalam membina hubungan dengan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Kepri ULP (Unit Layanan Pelanggan) Bangkinang.

### **F. Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Akademis**

- Penelitian ini diharapkan bisa memberi informasi bagi perusahaan tentang pengaruh program CSR yang dilakukan terhadap masyarakat.
- Penelitian ini dapat menambah pengalaman penulisan sekaligus penerapan ilmu yang diperoleh selama belajar.
- Sebagai bahan informasi bagi penelitian lebih lanjut.
- Memberikan sumbangan pemikiran dibidang ilmu pengetahuan.
- Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan dan ilmu komunikasi.

<sup>12</sup>[www.pln.co.id](http://www.pln.co.id), Diakses pada tanggal 8-11-2014, pukul 10.30 WIB

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

f. Untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan study strata 1 (S1) pada Jurusan Ilmu komunikasi fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Untuk menambah wawasan pembaca pada umumnya dan penulis pada khususnya mengenai permasalahan dalam penelitian ini.
- b. Untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan study strata 1 (S1) pada Jurusan Ilmu komunikasi fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

## G. Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui secara keseluruhan terhadap penelitian ini, dapat penulis lampirkan sistematika penulisan, sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Berisikan tentang latar belakang, Penegasan istilah, batasan masalah, permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

Berisikan tentang kajian teori, kajian terdahulu, dan kerangka pikir.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini akan diuraikan tentang metode dan analisis data yang digunakan dalam penelitian.

### **BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Pada bab ini menguraikan mengenai sejarah singkat berdirinya perusahaan, struktur organisasi, aktifitas perusahaan serta visi dan misi perusahaan.

### **BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas mengenai hasil penelitian dan pembahasan masalah.





## BAB VI : KESIMPULAN

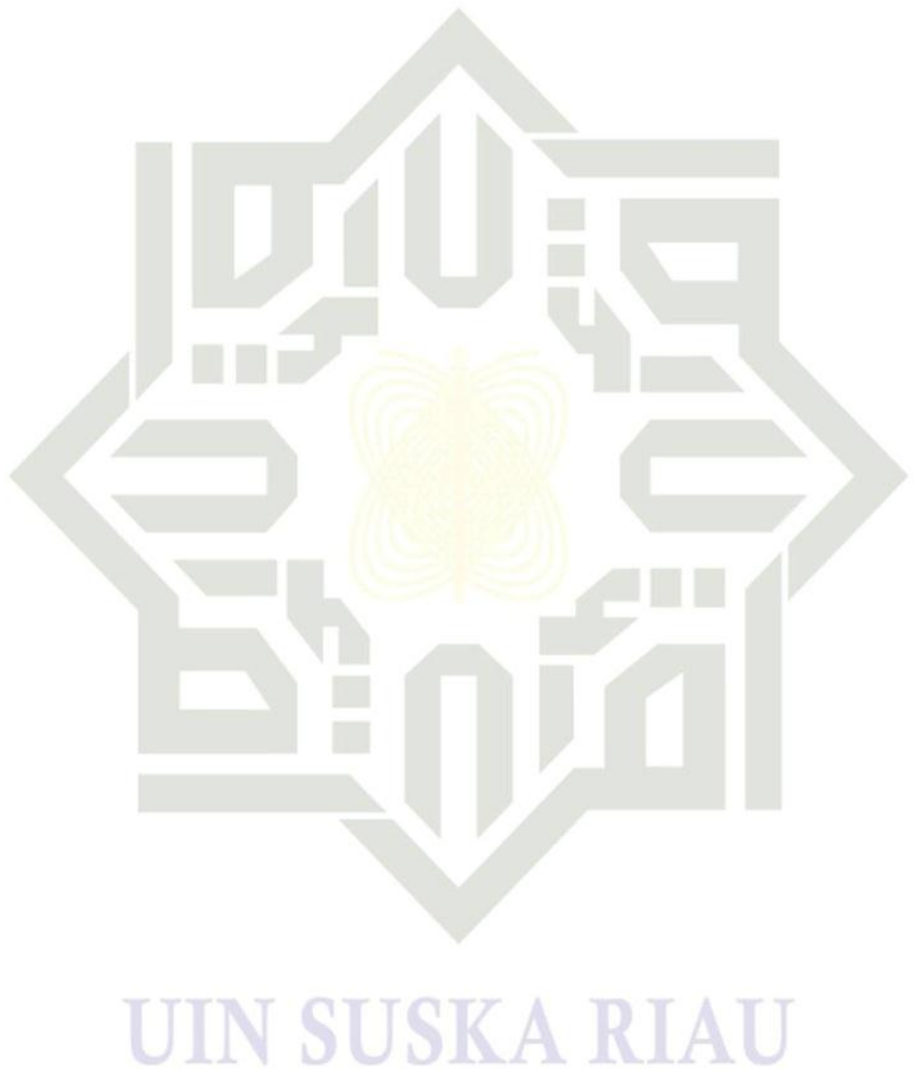
Pada bab ini akan dikemukakan beberapa kesimpulan dan saran yang diperoleh dari penelitian yang dapat bermanfaat.

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### TEORI KAJIAN DAN KERANGKA PIKIR

#### Kajian Teori

Teori adalah serangkaian konsep, definisi dan persepsi yang saling berkaitan dan bertujuan untuk memberikan gambaran yang sistematis tentang suatu fenomena pada umumnya. Penggunaan teori yang penting kiranya dalam menelaah suatu masalah atau fenomena yang terjadisehingga fenomena tersebut dapat diterangkan secara eksplisit dan sistematis.

#### 1. Konsep Peran Humas

##### a. Pengertian peran Humas

Secara sosiologis, peran adalah dinamisasi dari status atau penggunaan hak-hak dan kewajiban, atau bisa juga disebut sebagai subjektif. Hal ini senada dengan pendapat Soekamto yang mengatakan bahwa peran adalah aspek dinamisasi dari kedudukan (status). Apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka dia menjalankan suatu peran.<sup>13</sup>

Morisan, M.A. dalam bukunya *Manajemen Public Relations* menyatakan bahwa peran dan fungsi hubungan masyarakat dapat diwujudkan dalam program kegiatan humas yang telah dirancang sebelumnya dengan strategi yang tepat agar dapat berjalan dengan baik.<sup>14</sup>

Peran dibagi menjadi tiga, yaitu peran aktif, peran partisipatif dan peran pasif. Peran aktif adalah peran yang diberikan oleh anggota kelompok karena kedudukannya di dalam kelompok sebagai aktivis kelompok, seperti pengurus, pejabat dan sebagainya. Peran partisipatif adalah peran yang diberikan oleh anggota kelompok pada umumnya kepada kelompoknya, partisipasi anggota macam ini akan member

<sup>13</sup> Drs. Hessel Nogi S. Tangkilisan, M.Si., *Manajemen Publik*, (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2005), hlm. 43.

<sup>14</sup> Morisan, M.A. *Manajemen Public Relations*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm. 125.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sumbangan yang sangat berguna bagi kelompok itu sendiri. Sedangkan peran pasif adalah sumbangan anggota kelompok yang bersifat pasif, di mana anggota kelompok menahan diri agar member kesempatan kepada fungsi-fungsi lain dalam kelompok dapat berjalan dengan baik.

Peran juga mencakup tiga hal: (a) peran meliputi norma-norma yang dihubungkan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat, dengan demikian peran berfungsi membimbing seseorang dalam kehidupan bermasyarakat; (b) peran adalah suatu konsep tentang apa yang dapat dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai organisasi; (c) peran juga menyangkut perilaku individu yang penting bagi struktur sosial masyarakat.<sup>15</sup>

Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam pengertian peran terkandung makna, penyesuaian atau dinamisasi dari fungsi-fungsi yang melekat pada seseorang atau badan lembaga, yang di dalamnya terdapat wewenang, hak dan kewajiban yang harus dilaksanakan. Peran mengandung hak dan kewajiban yang harus dijalankan seorang individu dalam bermasyarakat. Sebuah peran harus dijalankan sesuai dengan norma-norma yang berlaku juga di masyarakat. Seorang individu akan terlihat status sosialnya hanya dari peran yang dijalankan dalam kesehariannya.

Humas adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh sekelompok orang pada suatu organisasi atau lembaga guna mempromosikan, memperkenalkan, membangun citra positif, dan menampung segala aspirasi masyarakat. Hubungan masyarakat atau humas, dalam istilah umum sering pula disebut dengan istilah bahasa Inggris yaitu “*Public Relations*”. Oleh karena itu humas memiliki arti yang sama dengan *Public Relations*.

Humas adalah proses kesinambungan dari usaha-usaha pihak pihak manajemen untuk memperoleh sokongan dan pergantian dari

<sup>15</sup> Prof. Dr. Soerjono Soekanto dan Dra Budi Sulistyowati, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014), hlm. 244





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

para pelanggan, pegawai/karyawan dan publik umumnya. Kedalam dengan melakukan analisa dan perbaikan-perbaikan terhadap diri sendiri, dan keluar dengan mengadakan atau menyampaikan pernyataan-pernyataan.<sup>16</sup>

Humas adalah semua bentuk komunikasi yang terencana baik itu kedalam maupun keluar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.<sup>17</sup> Hubungan kedalam adalah hubungan antara seluruh komponen yang ada dalam sebuah organisasi atau lembaga. Hubungan keluar adalah hubungan yang dibina dengan orang-orang di luar organisasi.

Soerjono Soekanto menyatakan bahwa terdapat empat macam peranan penting yang ada didalam masyarakat, yaitu:

1. Sebuah peranan harus dilaksanakan apabila terdapat struktur masyarakat yang akan dipertahankan keberadaannya.
2. Peranan hendaknya hanya diletakkan kepada pihak yang dianggap mampu untuk melaksanakannya. Sebaiknya berlatih terlebih dahulu untuk menumbuhkan kemampuan tersebut.
3. Terkadang didalam masyarakat ditemui pemegang peran yang tidak mampu melaksanakan sebuah peran karena pelaksanaan peran tersebut terlalu banyak mengorbankan kepentingan - kepentingan pribadi.
4. Apabila semua yang memegang peran mampu melaksanakan perannya, belum tentu masyarakat dapat dengan leluasa memberikan peluang kepadanya untuk dapat melaksanakan peran dengan baik, karena mereka memberi batasan.<sup>18</sup>

Hubungan masyarakat atau yang kita kenal sebagai humas merupakan sosok figur yang menjalin hubungan dengan masyarakat melalui cara yang terencana atau dapat dikatakan humas merupakan

<sup>16</sup>Saidel (Rudy, 2005: 77).

<sup>17</sup>Frank Jefkins, *Public Relations*, (Jakarta : Erlangga, 2003),10.

<sup>18</sup>Prof. Dr. Soerjono Soekanto dan Dra Budi Sulistyowati, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2014), 244.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

suatu rangkaian kegiatan yang diorganisasi sedemikian rupa sebagai rangkaian kampanye atau program terpadu. Semuanya itu berlangsung secara berkesinambungan dan teratur.<sup>19</sup>

Berdasarkan pemaparan tersebut dapat diartikan humas sebagai sosok figur yang menjalankan program terpadu yang berkesinambungan dengan kondisi dimasyarakat, selain itu hubungan masyarakat ditujukan untuk menumbuhkan hubungan baik antara segenap komponen pada suatu lembaga dalam rangka memberikan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi. Semua ini bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan pengertian dan kemauan baik (good will) publiknya sertamemperoleh opini publik yang menguntungkan (atau untuk menciptakan kerjasama berdasarkan hubungan yang baik dengan publik).<sup>20</sup>

Menurut Suharsimi Arikunto pentingnya humas dalam pendidikan dijabarkan sebagai berikut:

1. Humas merupakan suatu kegiatan yang sangat diperlukan dalam semua pelaksanaan pekerjaan agar sekolah atau lembaga pendidikan tersebut mempunyai wahana yang resmi untuk dapat berhubungan dengan masyarakat luas serta menunjukkan kepada masyarakat tersebut mengenai kegiatan yang sudah, sedangkan apa yang akan dikerjakan.
2. Dengan humas adalah sebuah organisasi mempunyai berbagai alat untuk menyebarkan ide atau gagasan kepada organisasi atau badanlain.
3. Dengan kegiatan humas sebuah organisasi dapat minta bantuan yang diperlukan dari organisasi atau badanlain.
4. Humas mendorong usaha seseorang atau suatu organisasi pendidikan untuk memperkenalkan dan membiarkan diri berhubungan dengan orang atau organisasilain.

<sup>19</sup> M. Linggar Anggoro, Teori dan Profesi Kehumasan (Jakarta: Bumi Aksara , 2000), 2.

<sup>20</sup> Sulistyorini, Manajemen Pendidikan Islam (Surabaya: eLKAF, 2006), 108.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Humas memberi kemungkinan bagi seseorang untuk memenuhi kebutuhan di dalam mengembangkan diri.<sup>21</sup>

Sebagaimana pemaparan pakar tersebut, humas memiliki peran yang sangat vital dalam menjaga kelangsungan lembaga, peran humas tidak berhenti dalam structural saja, melainkan humas yang ideal tersebut harus mampu menunjukkan sikap dalam menjalankan perannya.

**b. Tujuan Humas**

Menurut Frida Kusumastuti bahwa tujuan humas adalah terpelihara dan terbentuknya saling pengertian (aspek kognisi), menjaga dan membentuk saling percaya (aspek afeksi), memelihara dan menciptakan kerjasama (aspek psikomotoris).<sup>22</sup> Pemaparan tersebut jga didukung oleh pemaparan Tujuan utama public relations adalah mempengaruhi perilaku orang secara individu ataupun kelompok saat saling berhubungan, melalui dialog dengan semua golongan, serta persepsi, sikap, dan opininya terhadap suatu kesuksesan sebuah perusahaan.<sup>23</sup>

Adapun tujuan humas sebagai berikut:

1. Mengadakan penilaian terhadap sikap, tingkah laku dan opini publik dalam pembentukan citra di mata karyawan atau publik terhadap perusahaan terutama sekali ditujukan kepada kebijaksanaan perusahaan yang sedang dijalankan.
2. Mengadakan suatu analisa dan perbaikan terhadap kebijaksanaan perusahaan yang sedang dijalankan.
3. Memberikan suatu kepada publik/karyawan mengenai suatu kebijaksanaan perusahaan yang bersifat objektif serta kepada berbagai aktivitas rutin perusahaan, juga menjelaskan mengenai perkembangan perusahaan tersebut.

<sup>21</sup> Suharsimi Arikunto, *Organisasi, Administrasi Pendidikan, Teknologi dan Kejuruan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1993), 100

<sup>22</sup> Frida Kusumastuti, *Dasar-Dasar Humas*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002) 15.

<sup>23</sup> Kadar Nurjaman dan Khaerul Umam, *Komunikasi & Public Relation*, (Bandung: Pustaka Setia, 2012), 113.





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Merencanakan bagi penyusunan suatu staf yang efektif bagi penguasa kegiatan yang bersifat internal humas dalam perusahaan tersebut.<sup>24</sup>

Menurut Kotler dan Armstrong tujuan public relations meliputi:

1. Membangun kesadaran. Public relations dapat membuat cerita yang semenarik mungkin yang dimasukan dalam media untuk menarik minat dari para konsumennya, baik itu produk atau jasa yang ditawarkan.
2. Membangun kredibilitas apat di bangun dengan mengkonsumsi pesan dalam suatu konteks editorial.
3. Mendorong wiraniaga dan penyalur. Dengan dijalankan suatu program public relations, hal ini dapat mendorong keinginan wiraniaga dan penyalur.
4. Citra yang baik yang berasal dari cerita baik yang pernah di bangun, hal ini akan mendorong pula minat wiraniaga tersebut untuk menjual produk yang dikeluarkan perusahaan kepada pengecer.<sup>25</sup>

Berdasarkan pemaparan pakar tujuan humas adalah untuk menciptakan, membina dan memelihara sikap budi yang menyenangkan bagi lembaga atau organisasi di satu pihak dan dengan publik di lain pihak dengan komunikasi yang harmonis dan timbal balik yang diwujudkan membuat melalui cerita yang menarik bagi publik, mengkonsumsi pesan pada publik, mendorong keinginan wiraniaga sebagai bentuk keterlibatan publik pada tujuan lembaga, yang disertai dengan cerita baik sehingga menimbulkan respon sesuai dengan tujuan yang ditetapkan oleh humas.

<sup>24</sup> Djaja, (1985: 17).

<sup>25</sup> Philip Kotler dan Garry Armstrong, Prinsip prinsip Pemasaran, Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2008), 308.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### c. Peran humas

Peran humas sebagai praktisi atau profesional dalam suatu instansi atau perusahaan adalah dapat memahami fungsi humas dan komunikasi organisasi. Hal tersebut merupakan kunci untuk pengembangan peran praktisi humas dan pencapaian profesionalisme dalam humas.

Peran humas dalam suatu organisasi dapat dibagi empat yaitu :

- 1) Penasehat ahli (*Expert precher*) kemampuan humas untuk memberikan ide, gagasan, usulan, pendapat mengenai perkembangan dan kemajuan perusahaan.
- 2) Fasilitator Komunikasi

Dalam hal ini, praktisi humas bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa diinginkan dan diharapkan publiknya.

- 3) Fasilitator Proses Pemecahan Masalah

Peranan praktisi humas dalam proses pemecahan persoalan humas ini merupakan bagian dari tim manajemen. Hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasihat (*adviser*) hingga mengambil tindakan eksekusi (*keputusan*) dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi secara rasional dan profesional.

- 4) Teknisi Komunikasi

Berbeda dengan tiga peranan praktisi humas profesional sebelumnya yang terkait erat dengan fungsi dan peranan manajemen organisasi. Peranan *communication* ini menjadikan praktisi humas sebagai *journalist in resident* yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi atau dikenal dengan *methode of communication in organization*.

Sebagai seorang Humas dituntut kemampuannya untuk mengkoordinasikan seluruh unsur sumber daya yang ada. Hal ini



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

merupakan konsekuensi dari kemampuan sebagai fungsi manajemen teknis (*technical management*) dan kemampuan berperan sebagai manajer profesional (*managerial skill*).<sup>26</sup>

Sedangkan Onong Uchjana mengungkapkan peranan *public relations*, yaitu mencakup bidang yang luas menyangkut hubungan dengan berbagai pihak dan tidak hanya sekedar berbentuk *relations* dalam arti sempit, karena *personal relations* mempunyai peranan yang cukup besar dalam melakukan kampanye *public relations*. Bagaimana meningkatkan kesadaran, pengertian, dan pemahaman tentang aktivitas perusahaan atau lembaga termasuk membentuk sikap baik (*favorable*), itikad baik (*good will*), toleransi (*tolerance*), saling pengertian (*mutual understanding*), saling mempercayai (*mutual confidence*), saling menghargai (*mutual appreciation*), yang pada akhirnya akan menciptakan citra yang baik (*good image*).<sup>27</sup>

#### d. Ciri dan Fungsi Public Relations (Humas)

Ciri adalah tanda yang khas untuk mengenal atau mengetahui. Berfungsi atau tidaknya humas dapat diketahui dari ada atau tidaknya kegiatan yang menunjukkan ciri-cirinya. Ciri-ciri humas antara lain:

- 1) Humas adalah kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi yang berlangsung dua arah secara timbal balik.
- 2) Humas merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh manajemen sebuah organisasi.
- 3) Publik yang menjadi sasaran kegiatan humas adalah publik eksternal dan publik internal.
- 4) Operasionalisasi humas adalah membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik dan mencegah terjadinya rintangan psikologi, baik yang timbul dari pihak organisasi maupun dari pihak publik.<sup>28</sup>

<sup>26</sup> Rosady Ruslan, S.H., M.M., *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm.13 Cet. 12

<sup>27</sup> Rosady Ruslan, *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 12.

<sup>28</sup> Onong Uchjana Effendy, *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunilogis*, (Cetakan ke-6 PT Remaja Rosdakarya, 2002), hlm. 24.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Fungsi public relations menurut Canfield adalah sebagai berikut :

- 1) Mengabdikan kepada kepentingan publik.
- 2) Memelihara komunikasi yang baik.
- 3) Kegiatan public relations itu ketika menjalankan fungsinya harus menitik beratkan kepada moral dan tingkah laku yang baik.<sup>29</sup>

Sedangkan menurut *Cultip dan Center serta Confield* fungsi humas adalah sebagai berikut :<sup>30</sup>

- 1) Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi
- 2) Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan public eksternal maupun public internal.
- 3) Menciptakan komunikasi dua arah timbal-balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publiknya dan menyalurkan opini publik kepada organisasi.
- 4) Melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.

Humas berperan penting untuk membangun identitas dan citra perusahaan dalam bentuk peningkatan pelayanan. Hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Fuyol, mengenai beberapa kegiatan dan sasaran humas adalah sebagai berikut :<sup>31</sup>

- 1) Membangun identitas dan citra perusahaan (*bulding corporate identity and image*)
- 2) Menghadapi krisis (*facing of crisis*)
- 3) Mempromosikan aspek kemasyarakatan (*promotions public cause*)

Adapun ruang lingkup tugas public relations menurut organisasi atau lembaga antara lain sebagai berikut :

<sup>29</sup> Djaja, 1984  
<sup>30</sup> Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan praktek*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, (2002), 36.  
<sup>31</sup> Ruslan Rosady, *Metode Penelitian PR dan Komunikasi*, (Jakarta) : Raja Grafindo persada (2003), 23.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) Membina hubungan kedalam (*public intern*), yang dimaksud public internal adalah publik yang menjadi sasaran unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri.
- 2) Membina hubungan keluar (*public ekstern*), yang dimaksud public eksternal adalah publik umum (masyarakat).

Bentuk-bentuk kegiatan internal publik relations dan aktivitas publik relations menurut Djaja (1985 : 26-31) adalah sebagai berikut :

- 1) Hubungan dengan publik karyawan (*employe relations*)
- 2) Hubungan manusiawi (*human relations*)
- 3) Hubungan dengan publik buruh (*labor relations*)
- 4) Hubungan dengan pemegang saham (*stakeholder relations*)

Sedangkan bentuk-bentuk kegiatan eksternal publik relations sebagai berikut :

- 1) Hubungan dengan press (*press relations*)
- 2) Hubungan dengan pihak pemerintah (*government relations*)
- 3) Hubungan dengan publik langganan (*costumer relations*)
- 4) Hubungan dengan masyarakat (*community relations*)
- 5) Hubungan dengan pihak pengedar (*suppler relations*)
- 6) Hubungan dengan pihak pendidikan (*educations relations*)

#### e. Bentuk Public Relations (Humas)

Ada dua bentuk *public relations* (humas) yaitu: public relations pemerintahan dan public relations non pemerintahan.<sup>32</sup>

- 1) *Public relations* (humas) pemerintahan

Bagian public relations pemerintah dibentuk mempublikasikan atau mempromosikan kebijakan. Berfungsi untuk memberikan informasi tentang kebijakan, rencana dan hasil kerja institusi yang bersangkutan serta memberikan pengertian kepada publik tentang peraturan atau perundang-undangan dan segala sesuatu yang berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat.

<sup>32</sup> Abdurrachman, *Dasar-dasar Public Relations*, (Bandung) : PT. Citra Aditiya Bakti, (2001), 12.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*Public relations* (humas) pemerintah berbeda dengan *public realtions* non pemerintah. *Public relations* (humas) pemerintah tidak mempunyai suatu yang diperjualbelikan. Meskipun *public realtions* pemerintah juga menggunakan publisitas yang dilakukan untuk menyadarkan masyarakat akan hal-hal yang berhubungan dengan kegiatan pemerintah.

#### 2) *Public relations* (humas) non pemerintah

*Public relations* non pemerintahan merupakan suatu kebutuhan dalam masyarakat dewasa ini, dimana orang-orang bergerak di berbagai bidang, misalnya dalam bidang industri, perusahaan, pemerintahan, kerohanian, sosial ekonomi dan sebagainya. Hal ini dilakukan untuk tujuan yang sebaik-baiknya.

#### f. Tugas Pokok Humas

Adapun tugas-tugas pokok atau beban kerja humas suatu organisasi atau lembaga dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Memberikan informasi dan menyampaikan ide atau gagasan kepada masyarakat atau pihak-pihak lain yang membutuhkannya.
- 2) Membantu pemimpin yang karena tugas-tugasnya tidak dapat langsung memberikan informasi kepada masyarakat atau pihak-pihak yang memerlukannya.
- 3) Membantu perusahaan mempersiapkan bahan-bahan tentang permasalahan dan informasi yang akan disampaikan atau yang menarik perhatian masyarakat pada saat tertentu.
- 4) Membantu perusahaan dalam mengembangkan rencana dan kegiatan lanjutan yang berhubungan dengan pelaksanaan kepada masyarakat sebagai akibat dari komunikasi timbal balik dengan pihak luar, yang ternyata menumbuhkan harapan untuk penyempurnaan kegiatan yang telah dilakukan oleh organisasi.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### g. Ruang Lingkup Humas

Adapun ruang lingkup tugas humas dalam sebuah organisasi/ lembaga antara lain meliputi aktivitas sebagai berikut:<sup>33</sup>

- 1) Membina hubungan ke dalam (*public internal*). Yang dimaksud dengan *public internal* adalah publik yang menjadi bagian dari unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri. Seorang humas harus mampu mengidentifikasi atau mengenali hal-hal yang menimbulkan gambaran negatif didalam masyarakat, sebelum kebijakan itu dijalankan oleh organisasi.
- 2) Membina hubungan keluar (*public eksternal*). Yang dimaksud *public eksternal* adalah publik umum (masyarakat), mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya.

Sedangkan ruang lingkup pekerjaan humas dapat dibagi menjadi enam bidang pekerjaan, yaitu:

#### a. Publisitas

Publisitas adalah informasi yang berasal dari sumber luar yang digunakan media massa karena informasi itu memiliki nilai berita. Publisitas merupakan metode yang dapat dikontrol humas dalam hal penempatan pesan media massa karena sumber tidak membayar media untuk berita bersangkutan.<sup>34</sup>

#### b. Pemasaran

Menurut Philip Kotler, pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan pada usaha untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan melalui proses pertukaran. Sementara itu menurut McCarthy, pemasaran menyangkut perencanaan secara efisien penggunaan sumber-sumber dan pendistribusian barang dan jasa dari produsen ke konsumen sehingga tujuan kedua pihak produsen dan konsumen tercapai.<sup>35</sup>

<sup>33</sup> Rosady Ruslan, *Op.Cit*; hlm 23.

<sup>34</sup> Zainal, *Op.cit.*, hlm. 57

<sup>35</sup> *Ibid.*, hlm. 59



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### c. Manajemen isu

Manajemen isu (*issues management*), menurut Morison merupakan upaya organisasi atau perusahaan untuk melihat kecenderungan isu atau opini publik agar tidak berkembang secara negatif sehingga merugikan perusahaan atau agar isu tidak berkembang menjadi konflik yang tidak diinginkan.<sup>36</sup>

#### d. Lobi

Menurut Cutlip, lobi adalah bidang khusus humas yang membangun dan memelihara hubungan dengan pemerintah utamanya, untuk tujuan memengaruhi peraturan dan perundang-undangan.<sup>37</sup>

#### e. Hubungan Investor

Hubungan investor adalah tanggung jawab manajemen strategis yang mengintegrasikan keuangan, komunikasi, pemasaran, dan kepatuhan hukum sekuritas yang paling efektif memungkinkan komunikasi dua arah antara perusahaan, masyarakat keuangan, dan konstituen lain, yang akhirnya memberikan kontribusi untuk perusahaan sekuritas mencapai penilaian adil.<sup>38</sup>

### 2. Hubungan Dengan Pelanggan

Menurut kamus bahasa Indonesia pelanggan adalah seseorang yang secara konitniu dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk barang atau jasa tersebut.

#### a. Hubungan Dengan Pelanggan (*Customer Relations*)

Proses hubungan dengan perusahaan dan pelanggannya sering disebut dengan istilah hubungan pemasaran (*marketing relations*) atau hubungan pelanggan (*customer relations*). Dalam perspektif humas, upaya perusahaan untuk menarik minat konsumen atas produk

<sup>36</sup>*Ibid.*, hlm. 64

<sup>37</sup>*Ibid.*, hlm. 65

<sup>38</sup>*Ibid.*, hlm. 66



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perusahaan ini disebut dengan marketing relations. Konsep lain yang sering digunakan dalam pemasaran adalah *customer relations*, yaitu segala kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan konsumen yang sudah ada atau konsumen yang sudah menjadi pelanggan tetap. Beberapa organisasi bisnis menjadikan bagian humas juga bertanggung jawab mengurus hal-hal lain di luar pemasaran, misalnya:

- 1) Menerima keluhan pelanggan (*complaints*)
- 2) Menjelaskan petunjuk keselamatan dan instruksi penggunaan produk
- 3) Perbaikan produk (*repair service*).<sup>39</sup>

Kegiatan hubungan konsumen (*customer relations*) dari beberapa industri dan perdagangan berpusat pada pelanggan ini karena pelanggan merupakan salah satu aset perusahaan yang paling berharga. Mereka merupakan sumber utama pelanggan baru. Hanya dibutuhkan waktu dan pengeluaran yang sedikit untuk mempertahankan seorang pelanggan dari pada mencari pelanggan baru .

Hubungan dengan pelanggan dalam suatu organisasi dapat dibagi menjadi empat kategori yaitu:<sup>40</sup>

- 1) Menghargai kepentingan dan kebutuhan pelanggan.
  - a) Bersedia membantu setiap keinginan dan kebutuhan pelanggan.
  - b) Memberikan pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.
  - c) Menghargai kepentingan dan kebutuhan pelanggan.
  - d) Selalu memberikan perhatian terhadap masalah yang dihadapi pelanggan.
  - e) Memberikan solusi yang tepat dan cepat dalam penanganan komplain pelanggan.

<sup>39</sup> Morisan, *Manajemen Public Relations* ,(Jakarta) : Kencana Prenada Media Grup, (2008), 80.

<sup>40</sup> *Ibid*, 26





### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Menjaga sopan santun dalam berkomunikasi, sikap tindak perilaku dalam hal melayani kepentingan/kebutuhan pelanggan.
  - a) Menjaga komunikasi dengan pelanggan secara simultan.
  - b) Bersikap sopan santun dan ramah dalam memberikan pelayanan.
  - c) Mengadakan acara yang ditujukan pada pelanggan.
- 3) Bersikap bijak dan bekerja secara profesional, serta dapat diandalkan dan dapat dipercaya.
  - a) Selalu menghormati pelanggannya.
  - b) Selalu bertanggung jawab menyelesaikan masalah yang dihadapi pelanggan hingga selesai.
  - c) Melayani pelanggan dengan cepat dan efisien yaitu tepat waktu dan sesuai dengan jam operasional yang telah ditentukan oleh pihak perusahaan.

Hubungan konsumen (*customer relations*) merupakan suatu tanggung jawab setiap orang yang dipkerjakan oleh sebuah perusahaan yang menghasilkan atau memasarkan produk atau jasa kepada konsumen. Untuk melaksanakan dan berkomunikasi dengan konsumen tidak mungkin dilakukan personel penjualan yang merupakan tujuan dari program hubungan konsumen. Humas menambah kegiatan pemasaran dengan penelitian, perencanaan, pemograman, dan penyusunan program informasi, pendidikan, dan pelayanan bagi para konsumen.

### b. Tujuan Hubungan Dengan Pelanggan

Tujuan dari program hubungan dengan pelanggan adalah meyakinkan para pelanggan dan calon pelanggan bahwa produk dan jasa perusahaan atau instansi akan terus meningkatkan mutu, macam kegunaannya, menyediakan sumber persediaan yang konsisten dengan suatu kebijaksanaan dengan jujur dan berusaha mengembangkan perusahaan dan instansinya serta pasaran konsumennya.<sup>41</sup>

<sup>41</sup>Frazier Moore (2005: 514).



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### c. Media Komunikasi Dengan Pelanggan

Komunikasi menurut beberapa ahli diantaranya adalah menurut Everett Rogers dalam Hafied Cangara, Komunikasi didefinisikan sebagai “proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk merubah tingkah laku mereka”.<sup>42</sup> Secara sederhana komunikasi dapat terjadi apabila ada kesamaan antara penyampaian pesan dan orang yang menerima pesan. Senada dengan hal ini bahwa komunikasi atau communication berasal dari bahasa Latin “communis”, communis atau dalam bahasa inggrisnya “commun” yang artinya sama. Apabila kita berkomunikasi (to communicate), ini berarti bahwa kita berada dalam keadaan berusaha untuk menimbulkan kesamaan.<sup>42</sup>

Sedangkan menurut Muhammad Arni, Komunikasi didefinisikan sebagai Pertukaran pesan verbal maupun non verbal antara si pengirim dengan si penerima pesan untuk mengubah tingkah laku”.<sup>43</sup> Apabila kita tidak memiliki kemampuan untuk berkomunikasi, akan muncul atau terjadi kemacetan dalam komunikasi.<sup>44</sup>

Komunikasi melibatkan tiga unsur pengirim (sender), media komunikasi dan penerima (receiver). Keefektifan komunikasi bergantung pada ketiga unsur ini. Jika pengirim tidak kompeten atau pesan yang disampaikan tidak jelas, maka si penerima tidak akan memahami makna dari tanda-tanda yang diberikan, dan proses komunikasi itu pun gagal.<sup>45</sup>

Media komunikasi yang bisa dipakai oleh praktisi PR atau Humas dalam rangka program *customer relations* antara lain:

<sup>42</sup> Syaiful Rohim, *Teori Komunikasi*. (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2009), 8-11.

<sup>43</sup> Muhammad Arni, *Komunikasi Organisasi*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), 5.

<sup>44</sup> Maria Asumpta Rumanti, *Dasar-dasar Public Relations*, Cet. Ke-3 (Jakarta: PT Gramedia, 2005), 111.

<sup>45</sup> H Frazier Moore, *Humas*, (Bandung: Rosdakarya, 2005), 88.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### 1) Komunikasi Lisan

Komunikasi lisan dengan pelanggan merupakan cara yang paling efektif untuk menyampaikan fakta-fakta dan menciptakan pengertian mengenai kebijaksanaan dan pelaksanaan organisasi/ instansi. Orang-orang yang paling mengetahui tentang organisasi dan operasinya adalah karyawan. Selain komunikasi lisan ini dapat dilakukan oleh karyawan, komunikasi lisan dapat pula dilakukan dengan dilaksanakannya kunjungan pelanggan ke instansi tersebut.

#### 2) Komunikasi Audio Visual Dengan Pelanggan

Komunikasi audio visual ini dapat dilakukan melalui televisi dan radio yakni dengan menjadi sponsor secara komersial atau sebagai siaran pendidikan. Selain itu dapat pula dengan menggunakan film dan pameran.

#### 3) Komunikasi Cetak Dengan Pelanggan

Komunikasi cetak dipergunakan bersama dengan media komunikasi lisan. Bentuk-bentuk dasarnya meliputi publisitas, program kekeluargaan dan materi studi kelompok, bahan rujukan pustaka, penerbit, surat-menyurat dan periklanan.

#### 4) Peristiwa Khusus

Peristiwa khusus untuk mendidik dan menghibur kelompok dengan minat khusus atau khalayak ramai merupakan suatu media yang penting. Menjadi sponsor akan menarik perhatian orang yang banyak datang.<sup>46</sup>

### B. Kajian Terdahulu

Kajian terdahulu yang merupakan penelitian yang sejenis dan relevan adalah penelitian yang berjudul “*Peranans Humas PT. PLN Wilayah Riau dan Kepri dalam Mensosialisasikan Program Listrik Voucher di Kota Pekanbaru*” oleh Romi Yunio Kandra, NIM. 11143102098 pada tahun 2014. Alumni dari Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Fakultas Dakwah

<sup>46</sup> Cutlip, *effective Public Relations*, (Jakarta : Kencana, 2009), 518.



1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
  - a. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
  - b. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan Komunikasi, tempat penelitian di PT. PLN (persero) Wilayah Riau dan Kepri. Dengan penelitian yang telah dikaji diatas, yang membahas tentang bagaimana peran seorang humas dalam memberikan sosialisasi tentang listrik voucher (token), penelitian yang dilakukan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian yang dilakukan oleh Romi Yulio kandra dengan penelitian yang penulis lakukan memiliki perbedaan dalam fokus penelitian, meskipun sama- dilakukan di PT. PLN ( persero) Wilayah Riau dan Kepri.<sup>47</sup>

“Aktivitas Humas PT.PLN (Persero) Wilayah Riau dan Kepri dalam Meningkatkan Citra Positif Perusahaan” oleh Mega Cisilia (Universitas Riau) tahun 2014. Informannya adalah Humas PT.PLN (Persero) Wilayah Riau dan Kepulauan Riau dan Kepulauan Riau. Metode ini menggunakan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini adalah belumnya maksimal dalam melakukan aktivitas sehingga belum positif dimata pelanggan.<sup>48</sup>

“Peranan Humas PT.PLN dalam Mensosialisasikan Hemat Listrik pada Masyarakat di Perumnas Rumbai” oleh Rendi Asmanto, NIM. 10643004192 Pada tahun 2013. Alumni dari Universtas Islam Negri Sulan Syarif Kasim, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, tempat penelitian di PT PLN (Persero) Rayon Rumbai. Dengan penelitian yang telah dikaji atas, yang membahas bagaimana peran seorang humas dalam memberikan sosialisasi tentang pemakaian listrik yang hemat dan efektif, penelitian yang menggunakan metode deskriptif kualitatif.<sup>49</sup>

### C. Kerangka Pikir

Berdasarkan permasalahan yang diajukan, kerangka teori yang digunakan adalah model two way asymmetrical. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan model komunikasi humas bahwa terdapat empat model komunikasi humas (public relations), salah satunya adalah model two way asymmetrical.

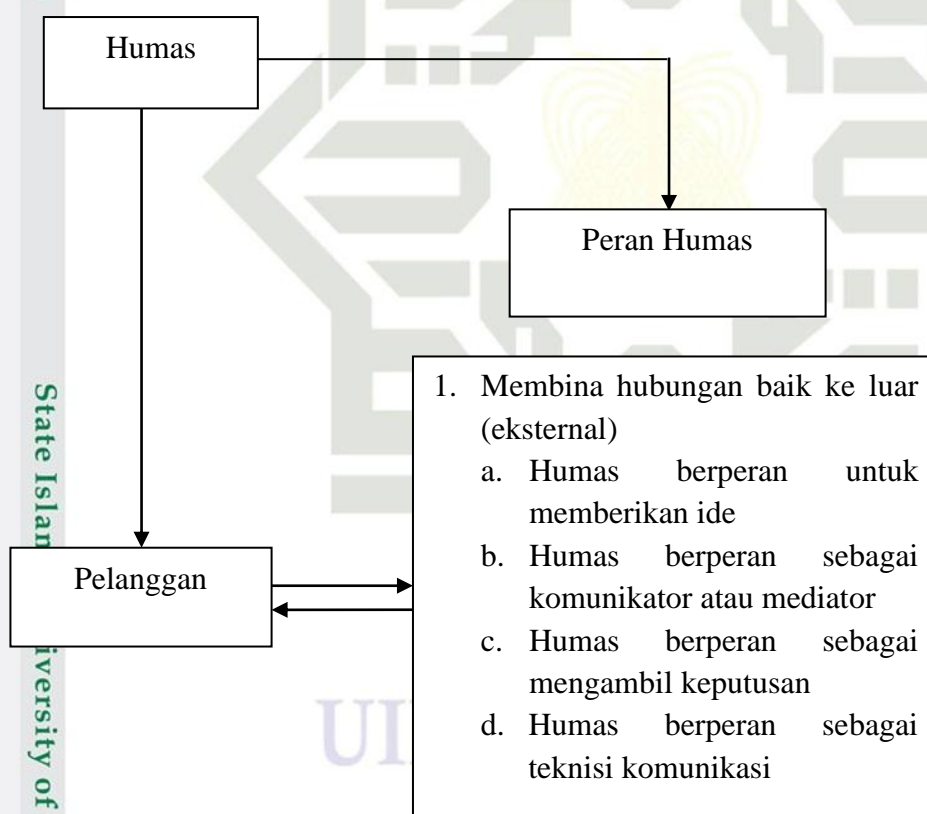
<sup>47</sup> Sumber Skripsi Romi Yunio Kandra dengan judul “Peranan humas PT. PLN wilyah Riau dan Kepri dalam Mensosialisasikan program listrik voucer di kota Pekanbaru” tahun 2014

<sup>48</sup> Sumber Skripsi Mega Cisilia dengan judul “aktivitas humas PT. PLN (persero) wilayah Riau dan Kepri dalam meningkatkan citra positif perusahaan” tahun 2014

<sup>49</sup> Sumber Skripsi Rendi Asmanto dengan judul “Peranan humas PT.PLN dalam mensosialisasikan hemat listrik pada masyarakat di perumnas Rumbai” tahun 2013

Humas melakukan kampanye melalui komunikasi dua arah, dan penyampaian pesan-pesan berdasarkan hasil riset serta strategi komunikasi persuasif publik secara ilmiah (*scientific persuasive*). Unsur kebenaran informasi diperlukan untuk membujuk publik agar mau bekerjasama, bersikap terbuka sesuai dengan harapan perusahaan. Dalam model ini masalah *feedback* dan *feedforward* dari pihak publik diperhatikan, serta berkaitan dengan informasi mengenai khalayak yang diperlukan sebelum melaksanakan komunikasi. Maka kekuatan, membangun hubungan (*relationship*) dan pengambilan inisiatif selalu didominasi oleh si pengirim (*sources*).

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pikir**



Alasan menggunakan model ini karena sesuai dengan tujuan penelitian yang peneliti kemukakan diatas, yang hanya memfokuskan perhatian pada peran humas secara external dalam membina hubungan dengan pelanggan pada PT. PLN (Pserero) Wilayah Riau Kepri ULP (Unit Layanan Pelanggan)

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Bangkinang. Humas sebagai sumber (*sources*) dari PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Kepri ULP (Unit Layanan Pelanggan) Bangkinang melaksanakan kegiatan penanganan membina dengan menggunakan komunikasi dua arah yang ditujukan kepada pelanggan (*receiver*) PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Kepri ULP (Unit Layanan Pelanggan) Bangkinang dan penyampaian pesan dalam membina hubungan dengan pelanggan tersebut berdasarkan komunikasi persuasif kepada pelanggan agar mau bersikap terbuka sesuai dengan harapan perusahaan.

Dalam model ini masalah *feedback* (umpan balik) dan *feedforward* (umpan harapan) dari pihak pelanggan berupa pelayanan dan kritikan kepada PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Kepri ULP (Unit Layanan Pelanggan) Bangkinang dicatat dan disampaikan oleh humas kepada pimpinan perusahaan kemudian disampaikan kembali kepada pelanggan.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, artinya menggambarkan peristiwa, perilaku, atau objek tertentu lainnya. Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya.<sup>50</sup>

### B. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini dilakukan pada PT. PLN (persero) Wilayah Riau Kepri ULP (Unit Layanan Pelanggan) Jalan Ahmad Yani Bangkinang.

### C. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data primer, data yang di peroleh secara langsung dari objek penelitian perorangan, kelompok dan organisasi.<sup>51</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi data primernya adalah hasil wawancara penulis dengan informasi kunci. Jadi sumber data (informan) dalam penelitian ini adalah Humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Kepri ULP (Unit layanan Pelanggan) Bangkinang, serta hasil observasi dan dokumen-dokumen dan Media PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Kepri ULP (Unit layanan Pelanggan) Bangkinang.
2. Data sekunder, yaitu data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (dihasilkan dari pihak lain) atau digunakan oleh lembaga lainnya yang bukan merupakan pengolahannya, tetapi dimanfaatkan dalam suatu penelitian tertentu. Data sekunder pada umumnya berbentuk catatan atau laporan data dokumentasi oleh lembaga tertentu yang dipublikasikan.<sup>52</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi data

<sup>50</sup>Rachmat Kriyantono, *Riset Komunikasi*, (Jakarta: PT. Predana Media Grup, (2010,) 59.

<sup>51</sup>Ruslan. *Manajemen*, 23.

<sup>52</sup>Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2008). 183.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sekundernya adalah arsip-arsip dan dokumen serta berita yang berhubungan Penelitian.

## B. Informan Penelitian

Yang menjadi informan pada penelitian ini adalah fendi Nusantara, Utari Plorensia dan Agnesya. PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Kepri ULP (Unit Layanan Pelanggan) Bangkinang.

Adapun pengambilan informan ini dilakukan dengan memakai teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan pada karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai sangkut pautnya dengan penelitian.<sup>53</sup>

## E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data, maka penulis mempergunakan beberapa teknik yang ada, yaitu :

1. Wawancara (*interview*); yaitu percakapan yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.<sup>54</sup> Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya.<sup>55</sup> Dalam wawancara ini, penulis melakukan wawancara khususnya dengan Humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Kepri ULP (ULP) Unit Layanan pelanggan Bangkinang dan 2 orang staf nya mengenai bagaimana peranan humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Kepri ULP Bangkinang yang merupakan pokok kajian utama dalam permasalahan penelitian ini.
2. Observasi; yaitu metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan.<sup>56</sup> Dalam observasi ini, penulis melakukan kunjungan dan pengamatan secara

<sup>54</sup>Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung; PT. Remaja Rosdakarya, 2004), 86.

<sup>55</sup>Krisyantono, *Riset*, 100.

<sup>56</sup>Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT. Prenada Media Grup, 2007), 115.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

langsung dilokasi penelitian dengan mengamati kegiatan yang dilakukan oleh humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Kepri (ULP) Unit Layanan Pelanggan Bangkinang sehari-hari pada jam kerja. Penulis menggunakan *participan observation*, yaitu observasi dilakukan dengan cara melibatkan diri dan menjadi bagian dari lingkungan sosial (organisasi) yang sedang diamati.<sup>57</sup> Observasi ini dilakukan di PT. PLN (Persero) Wilayah Kepri Riau (ULP) Unit Layanan Pelanggan Bangkinang.

3. Dokumentasi, metode yang digunakan untuk menelusuri data historis dengan cara mengumpulkan data tertulis seperti arsip dan lain-lainnya.<sup>58</sup>

## F. Validasi Data

Setelah penelitian dilakukan, maka selanjutnya perlu dilakukan validitas data atau keabsahan data. Validitas yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi data. Triangulasi data adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.<sup>59</sup>

Dalam penelitian ini penulis menggunakan hasil triangulasi data dengan narasumber, yaitu membandingkan antara hasil wawancara dengan informan yang satu dengan yang lainnya, membandingkan wawancara dngan dokumen yang ada, serta membandingkan antara dokumen yang ada dengan pengamatan yang dilakukan agar data lebih akurat sesuai validitas informasi yang didapat oleh penulis selama penelitian.

## G. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan berbagai tahap jalan kerjanya data, mengorganisasikan data, memilah-milah menjadi satu yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa

<sup>57</sup>Ruslan. *Metode*. 35

<sup>58</sup>Bungin, *Penelitian*, 121.

<sup>59</sup>Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kulitatif*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1993), 18.



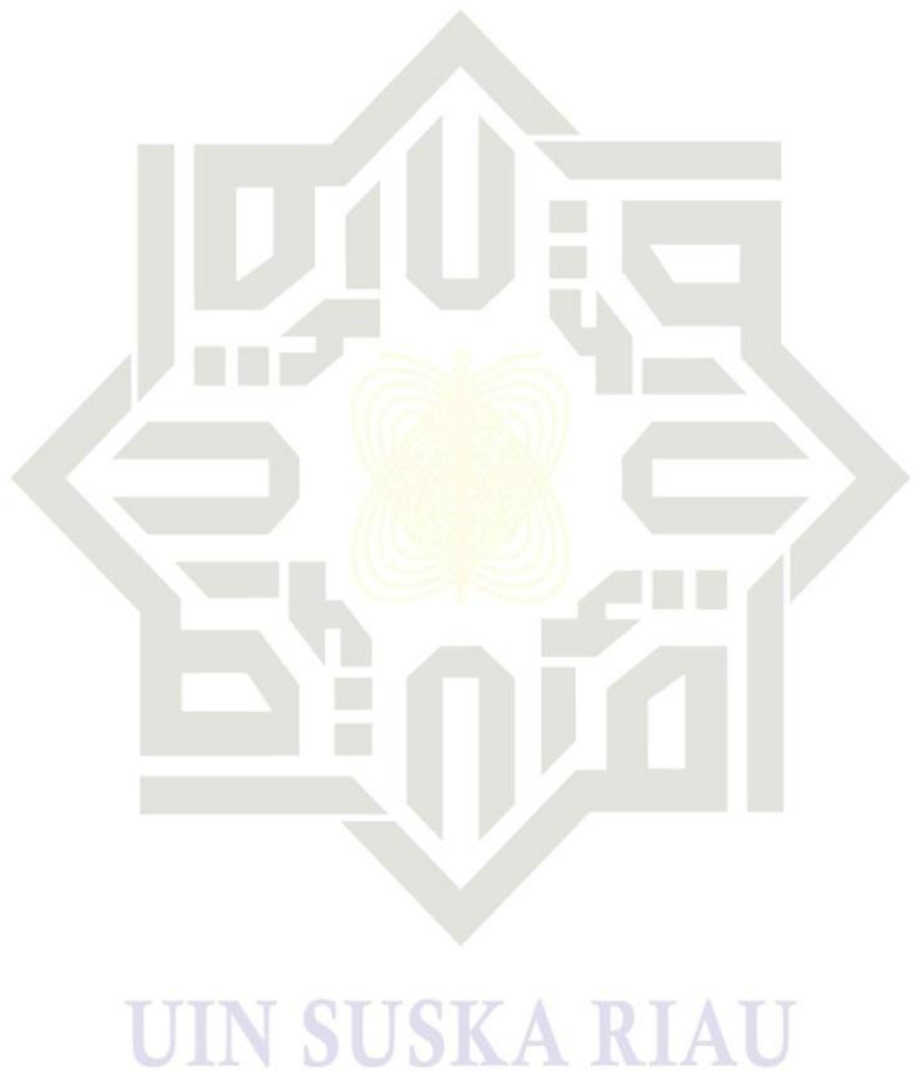


yang dapat diceritakan kepada orang lain. Analisis data kualitatif dapat berupa kata-kata, kalimat-kalimat atau narasi-narasi, baik yang di peroleh dari wawancara mendalam maupun observasi.<sup>60</sup>

#### Hak Cipta milik UIN Suska Riau

1. **Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
  - a. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - b. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



<sup>60</sup>Kriyantono, *Riset*, 196.

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM LOKASIPENELITIAN

#### Sejarah Singkat Perusahaan

Pada masa penjajahan belanda sampai permulaan tahun 1942 di Indonesia telah ada dan di kenal badan ataupun perusahaan yang menyediakan tenaga listrik baik milik pemerintah, daerah otonom (*Gemeente*) maupun swasta atau milik patungan antara pemerintah dan swasta.

Pada saat pendudukan jepang, mulai permulaan tahun 1942 seluruh perusahaan listrik tersebut diambil alih oleh pemerintah jepang. beberapa waktu setelah proklamasi kemerdekaan Negara Kesatuan Republik Indonesia 17 Agustus 1945, beberapa karyawan berasal dari perusahaan-perusahaan listrik dan gas dari daerah Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat dan Jakarta dipelopori oleh unsur pemuda mengadakan pertemuan di Jakarta dengan maksud membicarakan langkah-langkah lanjut setelah proklamasi kemerdekaan. Mereka menemui tokoh-tokoh pemerintah Komite Nasional Indonesia Pusat (KNI) dan pemuda-pemuda pejuang proklamasi di Jakarta.<sup>61</sup>

Dengan kesepakatan pendirian dan dan tekad yang bulat, pemuda karyawan listrik dan gas yang mewakili masing-masing daerah tersebut kembali ke daerahnya masing-masing, dan bersama dengan seluruh karyawan yang ada di masing-masing perusahaan listrik dan gas mereka mengadakan aksi merobut dan mengambil alih secara serempak perusahaan-perusahaan listrik dan gas yang di kuasai Jepang untuk diserahkan kepada dan menjadi milik Pemerintah Republik Indonesia.

Setelah pengambil alihan perusahaan listrik dan gas dari tangan kekuasaan jepang pada bulan September 1945 suatu delegasi karyawan listrik dan gas menghadap pimpinan KNI Pusat untuk melaporkan tentang pengambil alihan perusahaan listrik dan gas dari tangan kekuasaan jepang dan menyerahkannya ke Pemerintah Republik Indonesia.

<sup>61</sup> Arsip, sejarah singkat, PT. PLN (Persero) Bangkinang, 1945.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Presiden Republik Indonesia menyambut dan menerima penyerahan ini. Perusahaan-perusahaan listrik dan gas yang ada saat itu kemudian di sebut jawatan listrik dan gas, dandengan penetapan pemerintah nomor 1/S.D. Tahun 1945 jawatan listrik dan gas di tetapkan masuk dalam departemen pekerjaan umum. Mulai saat itu penyediaan tenaga listrik nasional dan seluruh Indonesia berada ditangan pemerintah republik Indonesia.<sup>62</sup>

Tanggal 27 oktober 1945 mempunyai nilai historis dan nilai formal sebagai mulainya pengelolaan ketenaga listrikan secara nasional di Indonesia. Hari bersejarah di peringati untuk pertama kalinya pada tanggal 27 oktober 1946 bertempat di gedung Badan Pekerja Komite Nasional Indonesia Pusat (BPKNIP), Jl. Malioboro – Jogjakarta.<sup>63</sup>

Dengan keputusan menteri pekerjaan umum dan tenaga no. 20 tahun 1960 tanggal 19 oktober 1960, menetapkan: menyatakan tanggal 27 Oktober sebagai hari listrik dan gas, Selanjutnya tanggal 27 Oktober sebagai hari listrik dan gas terus di peringati sampai tahun 1974. Pada tahun 1975, peringatan hari listrik dan gas tanggal 27 Oktober di tiadakan dan disatukan kedalam hari kebaktian pekerjaan umum dan tenaga listrik tanggal 3 Desember.<sup>64</sup>

Pada tahun 1992 melalui keputusan menteri pertambangan dan energi nomor 1134.K/43/M.PE/1992 tentang hari listrik nasional, tanggal 27 Oktober ditetapkan kembali diperingati, yaitu bahwa penetapan hari listrik nasional adalah dalam rangka usaha untuk meningkatkan idealisme, motivasi dan semangat kerja, memupuk jiwa korsa, rasa persatuan dan kesatuan di kalangan masyarakat ketenaga listrikan.<sup>65</sup>

Dalam suatu ilmu pengetahuan dan berkembangnya pelestarian masyarakat, yang memberikan suatu perubahan dan yang sangat signifikan disegala bidang, zaman telah mengalami banyak perubahan dan perkembangan sehingga menuntun setiap individu lebih banyak memperhatikan kemampuan diri. Hal ini tidak dapat dihindarkan karena

<sup>62</sup> Arsip, sejarah singkat, PT. PLN (Persero) Bangkinang, 1945

<sup>63</sup> Arsip, sejarah singkat, PT. PLN (Persero) Bangkinang, 1946

<sup>64</sup> Arsip, sejarah singkat, PT. PLN (Persero) Bangkinang, 1975

<sup>65</sup> Arsip, sejarah singkat, PT. PLN (Persero) Bangkinang, 1992



Perubahan perkembangan di seluruh bidang, oleh sebab itu, perlu kepekaan diri yang kuat agar mampu menjadi professional yang berkompeten dibidangnya.

Fakultas dakwah dan ilmu komunikasi sebagai suatu instansi pendidikan dituntut untuk terus mendukung dan mempercepat perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi tersebut. Pelaksanaan praktek kerja lapangan (PKL) merupakan salah satu upaya untuk menghadapi tantangan yang nyata di dunia kerja yang akan dihadapi. Sesuai kurikulum program studi ilmu komunikasi, mahasiswa diwajibkan menjalankan proses belajar melalui praktek kerja lapangan disuatu perusahaan atau instansi.

Praktek kerja lapangan (PKL) dilaksanankan agar mahasiswa dapat menerapkan ilmu dan teori serta keterampilan yang diperoleh dibangku kuliah kedalam lingkungan kerja, disamping itu juga untuk menyesuaikan diri dengan situasi dan kondisi dunia kerja serta menjadi bekal sebelum terjun kemasyarakat atau dunia kerja. Sesungguhnya setelah lulus dari perkuliahan hal ini dimaksud agar para mahasiswa tidak canggung dalam lingkungan kerja nantinya, sehingga mahasiswa fakultas dakwah dan ilmu komunikasi diharapkan banyak mengambil manfaat dalam pelaksanaan PKL tersebut, dengan harapan agar mahasiswa mendapat pengeahuan dan pengalaman baru yang belum didapatkan serta memperdalam ilmu dibidang kehumasan.

## B. Visi dan Misi Perusahaan PT . PLN (Persero) Area Bangkinang

Lahirnya suatu idealisme penting dalam kontribusi membangun citra yang positif PT . PLN (Persero) area Pekanbaru, untuk itu PLN mempunyai visi dan misi sebagai berikut :

### 1. Visi

PT. PLN (persero) Area Bangkinnag diakui perusahaan kelas dunia yang bertumbuh kembang unggul dan terpercaya dengan bertumpu pada potensi insani.

Visi memberikan gambaran yang jelas dimasa mendatang yang bisa dilihat oleh *customer, steakholder, dan employee*. Pernyataan visi yang

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bagus tidak hanya menginspirasi dan menantang, namun juga sangat berarti sehingga setiap pegawai bisa menghubungkan tugas yang dilakukannya dengan visi. Pernyataan visi harus mampu menjadi inspirasi dalam setiap tindakan yang dilakukan setiap pegawai.

## 2. Misi

- a. Menjalankan bisnis kelistrikan dan bidang lain yang terkait berorientasi pada kepuasan pelanggan, anggota, perusahaan dan pemegang saham.
- b. Menjadikan tenaga listrik menjadi media untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat.
- c. Mengupayakan agar tenaga listrik menjadi pendorong kegiatan ekonomi.
- d. Menjalankan kegiatan usaha yang berwawasan lingkungan.<sup>66</sup>

Misi adalah cara bagaimana kita mewujudkan visi tersebut. Kriteria misi yang dapat menunjang terwujudnya efektifitas dan efisiensi adalah sebagai berikut :

1. *Simple and clear*, pernyataan misi harus dicukup wakili oleh 2-3 pernyataan saja. Semua pernyataan ini harus sederhana dan jelas dan dimengerti serta tidak menggunakan jargon-jargon organisasi.
2. *and long-term in future*, pernyataan misi organisasi dimasa mendatang. Misi organisasi harus bisa menunjukkan gambaran yang akan dicapai dimasa depan dengan jelas. Pernyataan organisasi harus tetap valid pada 20 tahun mendatang sama pada kondisi sekarang.
3. *Focus on the present*, pernyataan ini organisasi tidak boleh berlalu berorientasi pada masa depan sehingga bis focus pada kondisi organisasi dimasa sekarang.
4. *Easy to understand*, misi organisasi harus mudah dimengerti akan memudahkan mengkomunikasikan misi tersebut kepada anggota organisasi, stakeholder.<sup>67</sup>

<sup>66</sup> Arsip, sejarah singkat, PT. PLN (Persero) Bangkinang, 1945

<sup>67</sup> Arsip, sejarah singkat, PT. PLN (Persero) Bangkinang, 1990

**hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) Berbasis Kompetensi

PT. PLN (Persero) Bangkinang mempunyai suatu tujuan dalam mengembangkan citra perusahaan dan berbasis kompetensi yang handal.

1. Kompetensi setiap pegawai mutlak dimiliki agar dapat melaksanakan tugas secara efektif, efisien, terstruktur dan terukur.
2. Pemerian kompetensi dilakukan dalam rangka mengenali kompetensi pegawai untuk program pembangunan SDM dan kebutuhan diklat serta untuk pembinaan kompetensi dan karir pegawai selanjutnya.
3. Pengembangan SDM yang lebih terarah melalui peningkatan kompetensi yang sistematis dapat menghasilkan pegawai yang professional.<sup>68</sup>

## D. Uraian Tugas dan Wewenang Setiap Unit Organisasi Perusahaan

Berikut tentang tugas dan fungsi satuan-satuan organisasi PT. PLN (Persero) Bangkinang, yaitu:

### 1. Kepala Cabang

Merupakan seorang atasan yang secara langsung mengambil keputusan aktivitas pekerjaan internal yang menjadi pengola dan menjadi tanggung jawab pelaksanaan tugas-tugas bawahannya sesuai dengan pembagian tugas yang telah dilimpahkan pada masing-masing bagian.

Tugas-tugas dan tanggung jawab yang harus dilaksanakan antara lain:

- a. Menyusun dan menetapkan rencana-rencana perusahaan bersama bagian-bagian yang terkait dalam perusahaan.
- b. Mengkoordinasi perusahaan sedemikian rupa sehingga seluruh unit-unit di dalam perusahaan diarahkan secara efektif dalam mencapai tujuan perusahaan.
- c. Mengatur jalannya perusahaan sedemikian rupa dengan memelihara iklim kerja yang sehat, hubungan yang serasi diantara staf pimpinan dan karyawan.
- d. Sebagai pengambil keputusan yang berkaitan dengan aktif perusahaan

<sup>68</sup> Arsip, SDM, PT. PLN (persero) bangkinang, 1945



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

e. Membimbing dan memberikan petunjuk kepada semua staf dan karyawan.<sup>69</sup>

Ada beberapa di dalam naungan kepala manajemen perusahaan PT. PLN (persero) Bangkinang:

1. Asmen Pembangkit
2. Asmen Transaksi Energi
3. Asmen Jaringan
4. Asmen Pelayanan dan administrasi<sup>70</sup>

2. Asmen pembangkit

Fungsi melakukan perencanaan, pengawasan dan mengendalikan, maupun mengatur jalannya penggunaan daya mesin (diesel) listrik sebagai kebutuhan manusia. Tugas dan tanggung jawab:

Penyediaan tenaga listrik yang mengola mesin operasional dan pemeliharaan.

3. Asmen Transaksi Energi

a. Fungsi: Berhubungan langsung dengan pelanggan dalam hal pengguna energi, media pengukur, maupun transaksi dengan pelanggan.

Tugas dan tanggung jawab:

- 1) Bertanggung jawab memberikan pelayanan yang prima terhadap masyarakat yang membutuhkan aliran maupun jaringan listrik
- 2) Bertanggung jawab Mengukur media terhadap tegangan listrik pengguna masyarakat.
- 3) Bertanggung jawab dalam menyetujui atas permintaan dari tiap-tiap rayon yang ada di PT. PLN Bangkinang.
- 4) Bertanggung jawab memberikan aturan-aturan dalam pemeliharaan dan penggunaan listrik terhadap pelanggan yang berbentuk SPJBTL (surat perjanjian jual beli tenaga listrik).<sup>71</sup>

<sup>69</sup> Arsip manajer, PT. PLN (Persero) Bangkinang, 1945

<sup>70</sup> Arsip sekretariat, PT. PLN (Persero) Bangkinang 1945

<sup>71</sup> Arsip, asmen transaksi energi, PT, PLN (persero) Bangkinang, 1945

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Dalam naungan bidang Asmen transaksi energi yang sebelumnya telah di bawah naungan manajemen, juga mempunyai naungan yang di katakan dengan supervisor:

1) Supervisor P2TL (penertiban dan pemakaian tenaga listrik)

Fungsi: Rangkaian kegiatan ini meliputi perencanaan, pemeriksaan, tindakan dan penyelesaian yang dilakukan oleh PLN terhadap instalasi pemakai tenaga listrik dari PLN.

2) Supervisor APP (alat pengukur dan pembatas)

Fungsi: bertanggung jawab terhadap alat milik PLN yang di pakai untuk pembatas daya listrik dan mengukur energi listrik, baik sistem prabayar maupun pascabayar:

a) Alat penukur alat milik PLN berupa peralatan elektromekanik maupun elektronik untuk menguji energi listrik yang di pakai pelanggan.

b) Alat pembatas

Alat milik PLN untuk membatasi daya listrik yang digunakan pelanggan sesuai dengan surat perjanjian jual beli tenaga listrik antar PLN dengan pelanggan.

4. Asmen jaringan

Fungsi: Bertanggung jawab atas semua permasalahan di jaringan tenaga menengah dan jaringan tegangan merendah beserta aksesnya

Tugas dan tanggung jawabnya :

a. Bertanggung jawab atas sistem jaringan melalui rang, pin isolator, kros am, trafo, dan lenbor.

Di dalam bidang Asmen jaringan yang sebelumnya telah di bawah naungan manajemen, juga mempunyai naungan yang dikatakan dengan supervisor :

1) Supervisor Operasi

Bertugas dan bertanggung jawab terhadap pengoperasian sistem jaringan dan mengamankan suplai pasokan listrik ke pelanggan yang berada di area bangkinang dan sekitarnya, antara lain:



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a) Bertanggung jawab mengoperasikan sistem jaringan dan mengankan pasokan jaringan tenaga listrik (JTL) adalah sistem penyaluran/pendistribusian tenaga listrik yang dapat dioperasikan dengan tegangan rendah, tegangan menengah, tegangan tinggi, atau tegangan ekstra tinggi.

#### 2) Supervisor pemeliharaan

Bertanggung jawab atas pemeliharaan jaringan ketenagalistrikan, maupun memelihara tiap kerusakan pada aliran dan jaringan tegangan listrik, antara lain:

- a) Bertanggung jawab pemeliharaan atas ketidak pertanggung jawaban masyarakat terhadap alat maupun mesin yang sudah di ambil.
  - b) Memelihara fungsi persediaan pemasukan listrik pelanggan baru.
- #### 3) Supervisor PDKBTM (pekerjaan dalam keadaan bertegangan menengah)

Bertanggung jawab untuk pemeliharaan untuk mengendalikan trafo ketika sebelum terjadi gangguan pada jaringan listrik yang bertegangan tinggi.

Tugas dan tanggung jawab:

- a. Memelihara setiap unit pada jaringan listrik agar tidak ada lagi terjadi secara terus menerus.
  - b. Menjadikan pemeliharaan tetap otomal dan ekstra dalam mengantasi hal yang tidak diinginkan terhadap gangguan jaringan listrik yang bertegangan tinggi.<sup>72</sup>
- #### 5. Asmen pelayanan dan administrasi keuangan
1. Fungsi pelayanan: Bertanggung jawab atas pelayanan masyarakat terhadap listrik yang lama dan prabayar yang baru, maupun gangguan terhadap jaringan listrik yang mengakibatkan listrik padam yang tidak di tindak lanjuti di bangkinang dan sekitarnya.

<sup>72</sup> Arsip/data jaringan listrik, PT PLN (persero) Bangkinang, 2012





### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Di era globalisasi PT. PLN (Persero) terus melakukan suatu perubahab-perubahan maupun keuntungan yang terbaik bagi pelanggan listrik terutama kebutuhan masyarakat luas.

#### a. Listrik Prabayar

Inilah inovasi terkini dari layanan PLN yang lebih menjanjikan kemudahan, kebebasan dan kenyamanan bagi pelanggannya: Listrik Prabayar

Listrik Isi Ulang !

Dengan listrik prabayar, setiap pelanggan bisa mengendalikan sendiri penggunaan listriknya sesuai kebutuhan dan kemampuannya.

Seperti halnya pulsa isi ulang pada telepon seluler, maka pada sistem listrik prabayar, pelanggan juga terlebih dahulu membeli token (voucher listrik isi ulang) yang terdiri dari 20 digit nomor yang biasa diperoleh melalui gerai ATM sejumlah bank atau melalui loket-loket pembayaran tagihan listrik online.

Lalu, 20 digit nomor tadi dimasukkan (diinput) kedalam kWh Meter khusus yang disebut dengan meter Prabayar (MPB) dengan bantuan keypad yang sudah tersedia di MPB. Nantinya lewat layar yang ada di MPB akan tersajikan sejumlah informasi penting yang langsung bisa diketahui dan dibaca oleh pelanggan terkait dengan penggunaan listriknya, seperti:

- 1) Informasi jumlah energi listrik (Kwh) yang dimasukkan (diinput).
- 2) Jumlah energi listrik (Kwh) yang sudah terpakai selama ini.
- 3) Jumlah energi listrik yang sedang terpakai saat ini (real time).
- 4) Jumlah energi listrik yang masih tersisa.

Jika energi listrik yang tersimpan di MPB sudah hampir habis, maka MPB memberikan sinyal awal, agar segera dilakukan pengisian ulang.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dengan demikian pelanggan secara real time, setiap saat, kapan saja dapat mengetahui secara persis penggunaan listrik di rumah. Jadi kendali penggunaan listrik sungguh di tangan anda.<sup>73</sup>

#### 2. Fungsi administrasi keuangan:

Bertanggung jawab mengetahui setiap rupiah atau uang keluar masuknya ke perusahaan, Tanggung jawab:

- a. Meyakini bahwa penerima dan pengeluaran rupiah sudah sesuai prosedur.
- b. Melakukan evaluasi penerimaan dan pengeluaran di bandingkan anggaran.
- c. Meyakini bahwa setiap transaksi keuangan sudah dicatat dengan semestinya.<sup>74</sup>
- d. Meyakini bahwa setiap kewajiban perpajakan sudah dilaksanakan secara wajar.

#### 6. SDM (Sumber Daya Manusia)

Fungsi: Bertanggung jawab melakukan rekrutmen karyawan sesuai perencanaan tenaga kerja pada suatu unit, maupun mengkoordinir program pelatihan karyawan internal dan eksternal, administrasi perjalanan dinas karyawan, maupun melaksanakan prosedur pemutusan hubungan kerja karyawan:

##### 1. Sebagai penanggung jawab:

- a. Mengawasi kebersihan lingkungan kerja.
- b. Mengkoordinir keamanan dan keselamatan kerja di lingkungan kerja.
- c. Mengkoordinir standar pelayanan terhadap pelanggan.
- d. Mewakili pemimpin perusahaan dalam hubungan dengan pihak eksternal.<sup>75</sup>

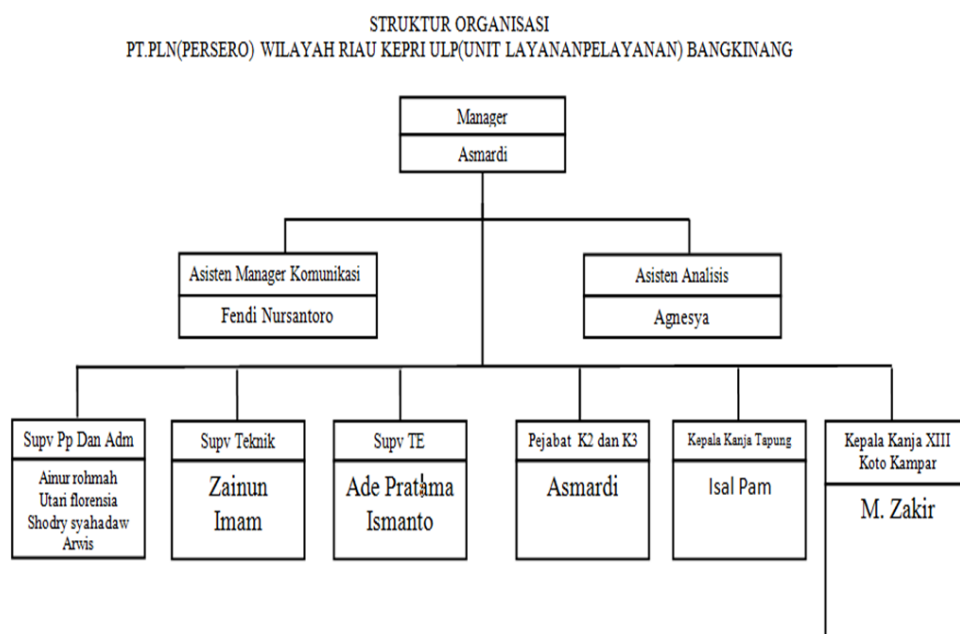
<sup>73</sup> Arsip data pelayanan pelanggan PT. PLN (persero) Bangkinang, 2008

<sup>74</sup> Arsip/data administrasi dan sekretariat, PT. PLN (Persero) Bangkinang, 2008

## Struktur Organisasi PT. PLN (Persero) ULP (Unit Layanan Pelanggan) Bangkinang

Dalam kegiatan suatu perusahaan baik dalam bidang komersil maupun non komersil diperlukan adanya suatu kerjasama dan jalur koordinasi antara para anggota dalam mencapai tujuan yang telah digariskan terlebih dahulu. Kerjasama itu meliputi tugas-tugas yang telah ditetapkan sebelumnya dan dalam pelaksanaan perlu adanya suatu garis ketetapan yang mengatur aktivitas tersebut berjalan sebagaimana mestinya. Untuk itu perlunya suatu wadah yang mengatur hubungan kerjasama di antara sesama anggota perusahaan yang disebut organisasi. Jadi organisasi adalah alat yang saling menghubungkan satuan-satuan kerja yang memberikan penilaian orang-orang yang ditempatkan dalam struktur wewenang, sehingga pekerjaan dapat diorganisasikan oleh perintah para atasan kepada bawahan dari seluruh badan usaha.

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi Perusahaan**





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan struktur organisasi PT. PLN (PERSERO) Wilayah Riau Kepri ULP, dengan karyawan 12 Orang dan dengan latar belakang pendidikan, dan jumlah ini terdiri dari :

- |                           |                   |
|---------------------------|-------------------|
| 1. MANAJER                | : ASMARDI         |
| 2. ASISTEN MANAJER        | : FENDI NUSANTORO |
| 3. SUPV. ADM PP           | : AINUR ROHMAH    |
|                           | : UTARI PLORENSIA |
|                           | : SHADRY SHAHADAW |
| 4. ASISTEN ANALISIS       | : AGNESYA         |
|                           | : ARWIS           |
| 5. SUPV. TEKNIK           | : ZAINURI         |
|                           | : IMAM            |
| 6. SUPV. TE               | : ADE PRATAMA S   |
|                           | : ISMANTO         |
| 7. PEJABAT K2 K3          | : ASWARDI         |
| 8. KANJA TAPUNG           | : ISAL PAM        |
| 9. KANJA XIII KOTO KAMPAR | : M. ZAKIR        |

**Gambar 4.2**  
**Logo Perusahaan**



Sumber : PT. PLN ULP Bangkinng

Deskripsi tentang logo PLN :

1. Bidang Persegi Panjang Vertikal menjadi bidang dasar bagi elemen-elemen lambang lainnya, melambangkan bahwa PT. PLN (Persero) merupakan wadah atau organisasi yang terorganisir dengan sempurna. Berwarna kuning untuk menggambarkan pencerahan, seperti yang diharapkan PLN bahwa listrik mampu menciptakan pencerahan bagi kehidupan masyarakat. Kuning juga melambangkan semangat menyala-nyala yang dimiliki tiap insan yang berkarya di perusahaan ini.

2. Petir atau Kilat

Melambangkan tenaga listrik yang terkandung di dalamnya sebagai produk jasa utama yang di hasilkan oleh perusahaan. selain itu petir pun mengartikan kerja cepat dan tepat para insan PT. PLN (Persero) dalam memberikan solusi terbaik bagi pelanggannya. Warnanya merah melambangkan kedewasaan PLN sebagai perusahaan listrik pertama indonesia dan kedinamisan gerak laju perusahaan beserta tiap insan perusahaan serta keberanaian dalam menghadapi tantangan perkembangan jaman.

3. Tiga Gelombang

Meliliki arti gaya rambut energi listrik yang dialirkan oleh petugas bidang usaha utama yang geluti oleh perusahaan yaitu pembangkitan, penyaluran dan distribusi yang seiring sejalan dengan kerja keras para insan PT. PLN (Persero) guna memberikan layanan terbaik bagi pelanggannya. Diberi warna biru untuk menampilkan kesan konstan (sesuatu yang tepat) seperti halnya listrik yang tetap diperlukan dalam kehidupan manusia. Di samping itu biru juga melambangkan keandalan yang dimiliki insan-insan perusahaan dalam memberikan layanan terbaik bagi para pelanggannya.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB VI PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini yang telah peneliti lakukan melalui wawancara dan dokumentasi, yang telah penulis paparkan diatas dapat disimpulkan bahwa humas PT. PLN Wilayah Riau Kepri ULP (Unit Layanan Pelanggan) Bangkinang menjalankan perannya dalam membina hubungan dengan pelanggan. Diantaranya : sebagai humas berperan untuk memberikan ide dimana humas mempunyai tugas untuk membangun kerja sama, saling pengertian, saling menghargai dengan komunikasi dua arah serta memberikan arahan kepada pelanggan karena humas sudah menjalankan perannya dan telah melibatkan secara langsung dalam setiap penyelesaian yang terjadi di PT. PLN Persero ULP Bangkinang.

Kemudian sebagai humas berperan sebagai komunikator atau mediator dimana humas berupaya untuk memberikan informasi tentang segala kegiatan PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Kepri ULP (Unit Layanan Pelanggan) Bangkinang sebagai komunikator, mediator atau penghubung untuk membantu pihak manajemen perusahaan mendengarkan keinginan dan harapan dari para pelanggan, apabila ada masalah ataupun kritikan kepada PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Kepri ULP (Unit Layanan Pelanggan) Bangkinang baik secara langsung ataupun melalui media massa. dikarenakan staf ahli teknik muda komunikasi sudah dilibatkan dalam manajemen dalam setiap pemecahan masalah yang menyangkut perusahaan dan sudah dapat mengambil keputusan apabila terjadi masalah dan kendala pada perusahaan tentunya sampai ada keputusan dari pihak manajemen.

Selanjutnya humas berperan sebagai mengambil keputusan Dimana humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Kepri ULP (Unit Layanan Pelanggan) Bangkinang sudah memberikan solusi yang tepat kepada pelanggan apabila ingin menyampaikan masalahnya seperti adanya call center 123, kotak saran yang dapat memberikan kemudahan pada pelanggan, dan



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

disertai pembuatan iklan yang berkaitan dengan informasi, pelayanan dan penanganan pelanggan. Sebagai fasilitator proses pemecah masalah, ketika terjadi keluhan atau masalah maka pihak humaslah yang menjelaskan mengapa masalah itu terjadi dan langkah apa yang akan dilakukan kedepannya. Sehingga kepuasan dan hubungan baik dengan pelanggan dapat terjaga.

Dan humas berperan sebagai teknisi komunikasi bahwa humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Kepri ULP Bangkinang dalam membina hubungan dengan pelanggan, telah menerapkan perannya sebagai teknisi komunikasi sehingga permasalahan dapat terselesaikan dengan baik.

## B. Saran

Berkenan dengan hasil penelitian ini, maka ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh pihak humas dalam membina hubungan dengan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Kepri ULP Bangkinang lebih baik lagi :

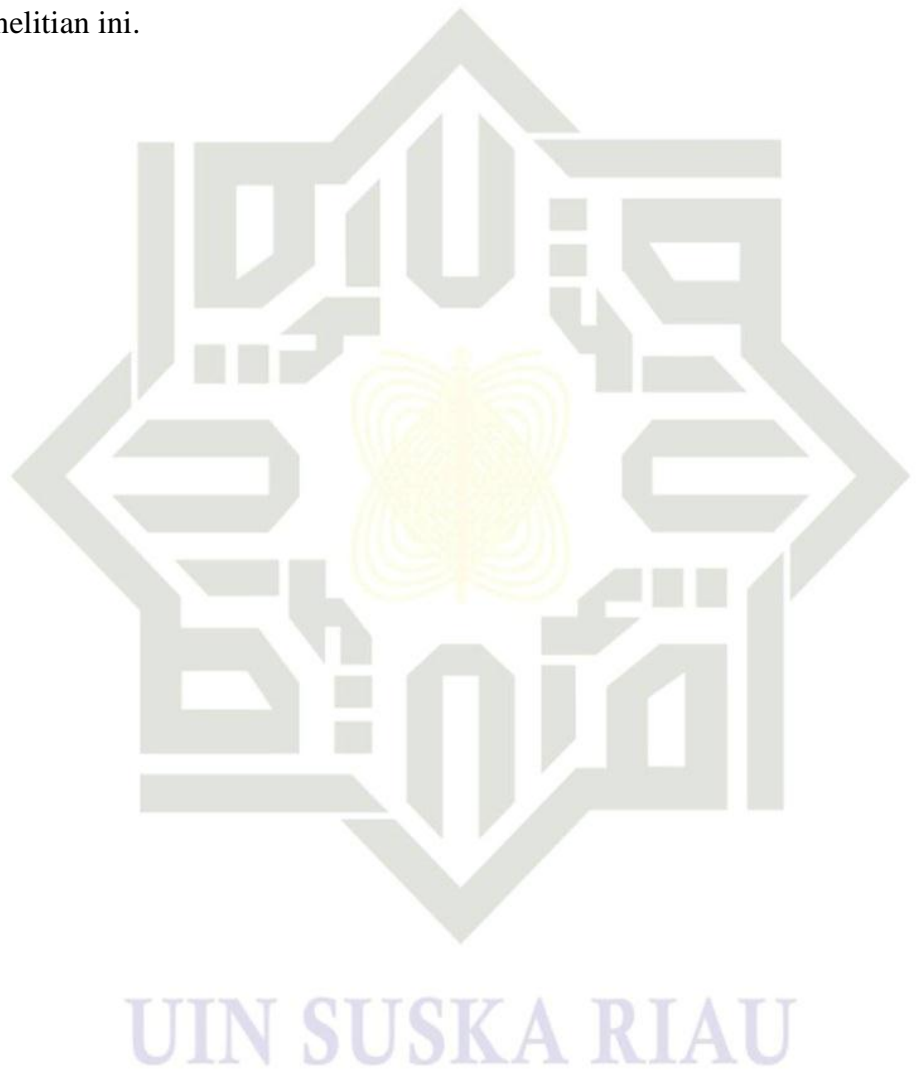
1. Bagi PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Kepri ULP Bangkinang diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Kepri ULP Bangkinang. Hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan bagi PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Kepri ULP Bangkinang dalam memberikan informasi kepada masyarakat. Serta dalam menjalankan peran, humas juga menjalankan peran sebagai penasehat dan juga aktif dalam menyelesaikan masalah-masalah yang terkait penyebaran informasi kepada pelanggan.
2. Bagi PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Kepri ULP Bangkinang diharapkan meningkatkan hubungan baik secara maksimal untuk menciptakan kesepakatan sesuai dengan harapan bersama. Meminimalisir adanya perbedaan pendapat antara perusahaan dengan masyarakat agar hubungan menjadi lebih harmonis dalam meningkatkan citra perusahaan.



3. ©Bagi PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Kepri ULP Bangkinang diharapkan selalu terbuka dalam menyampaikan informasi terhadap persoalan yang menentukan nasib masyarakat dan terbuka terhadap aspirasi rakyat.
4. Bagi peneliti dapat melakukan penelitian dengan sama namun dengan menggunakan instansi yang berbeda agar hasilnya dapat dikonsparasikan dengan penelitian ini.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## DAFTAR PUSTAKA

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Diarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Abdurachman, *Dasar-dasar Public Relations*, (Bandung) : PT. Citra Aditiya Bakti, (2001)
- Agnesya selaku asisten analisis di PT. PLN (persero) Wilayah Riau Kepri ULP (unit layanan pelanggan) bangkinang, wawancara tanggal 16 April 2019
- Arsip/data pelayanan administrasi dan keuangan, PT. PLN (Persero) Bangkinang, 2010
- Belinda devi Larassati Siswanto.ddk. *Peran Humas Pemerintah Sebagai Fasilitator Komunikasi Pada Biro Humas Pemprov Kalimantan Selatan*, Jurnal ilmu Komunikasi, Vol 19 No 1 (Kalimantan Selatan:Biro Humas)
- Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT. Prenada Media Grup, 2007)
- Cultip:center.M.Scoot.dkk,*Efektif Publik Relations*,(Jakarta:Kencana,2009)
- Cutlip, *effective Public Relations*,(Jakarta : Kencana, 2009)
- Departemen Pendidikan Nasional, kamus Besar bahasa Indonesia, (Jakarta): Balai Pustaka,(2005), 854.
- Drs. Hessel Nogi S. Tangkilisan, M.Si., *Manajemen Publik*, (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2005)
- Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan praktek*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, (2002)
- Fendi Nusantara , selaku asisten manajer PT. PLN (persero) Wiyalah Riau Kepri ULP (unit layanan pelanggan) Bangkinang, wawancara tanggan 16 April 2019
- Frank Jefkins, *Public Relations*, (Jakarta : Erlangga, 2003)
- Frida Kusumastuti, *Dasar-Dasar Humas*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002)
- H Frazier Moore, *Humas*, (Bandung; Rosdakarya, 2005)
- Harimanti Bambang “*Humas Relation Dalam Organisai*”,(Yogyakart : Santusna, 2007)
- Harmiati Bambang “*Public Relation Dalam Organisasi*”,(Yogyakarta : Santusna,2007)
- Kadar Nurjaman dan Khaerul Umam, *Komunikasi & Public Relation*, (Bandung: Pustaka Setia, 2012)



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Kasali Rhenald, *Manajen Publik Relations*, (Jakarta: Grafik: 1994)
2. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung; PT. Remaja Rosdakarya, 2004)
3. Supiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa dan Teori Praktek*, (Jakarta): Salemba Empat, 2001)
4. Linggar Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2000)
5. Maria Asumpta Rumanti, *Dasar-dasar Public Relations*, Cet. Ke-3 (Jakarta: PT Gramedia, 2005)
6. Morissan, M.A. *Manajemen Public Relations*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010)
7. Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*, (Jakarta) : kencana, (2008)
8. Muhammad Arni, *Komunikasi Organisasi*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2005)
9. Onong Uchjana Effendy, *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*, (Cetakan ke-6 PT Remaja Rosdakarya, 2002)
10. Pawit M. Yusup, *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), Cetakan 1
11. Philip Kotler dan Garry Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2008)
12. PLN Bangkinang Adakan Pemadaman bergilir, tribun pekanbaru, 6 mei 2017
13. Prof. Dr. Soerjono Soekanto dan Dra Budi Sulistyowati, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014)
14. Rachmadi, *Public Relations Antara Teori dan Praktek*. (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama: 1992)
15. Rachmat Kriyantono, *Riset Komunikasi*, (Jakarta: PT. Predana Media Grup, (2010,)
16. Rosad Ruslan, *“Manajemen Publik Relation Dan Media Komunikasi “*, (Jakarta : RajaGrafindo Persada, 2007)
17. Suhadang, Kustadi, *“Public Relatios Perusahaan”*, (Bandung: Nuansa, 2004), 73.
18. Suharsimi Arikunto, *Organisasi, Administrasi Pendidikan, Teknologi dan Kejuruan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1993)



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Salistyorini, Manajemen Pendidikan Islam (Surabaya: eLKAF, 2006)

Gambar Skripsi Mega Cisilia dengan judul “aktivitas humas PT. PLN (persero) wilayah Riau dan Kepri dalam meningkatkan citra positif perusahaan” tahun 2014

Gambar Skripsi Rendi Asmanto dengan judul “Peranan humas PT.PLN dalam mensosialisasikan hemat listrik pada masyarakat di perumahan Rumbai” tahun 2013

Gambar Skripsi Romi Yunio Kandra dengan judul “Peranan humas PT. PLN wilayah Riau dan Kepri dalam Mensosialisasikan program listrik voucher di kota Pekanbaru” tahun 2014

Syaiful Rohim, *Teori Komunikasi*. (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2009)

Utari Florensia selaku staf pelayanan pelanggan dan ADM di PT. PLN (persero) Wilayah Riau kepri ULP (unit layanan pelanggan) Bangkinang, wawancara tanggal 16 April 2019

[www.pln.co.id](http://www.pln.co.id), Diakses pada tanggal 8-11-2014, pukul 10.30 WIB



## PEDOMAN WAWANCARA DENGAN PELANGGAN

1. Berapa lama anda menjadi pelanggan pada PT. PLN (Persero). ?

2. Apa keluhan anda seputar PLN .?

3. Bagaimana kinerja PLN. ?

4. Apakah anda pernah mendengar dan melihat pihak PLN melakukan kegiatan untuk masyarakat/ pelanggan.?

5. Bagaimana pihak PT. PLN (Persero) menghargai kepentingan kebutuhan pelanggan ketika melayani keluhan pelanggan. ?

6. Adakah kegiatan / acara yang dilaksanakan oleh pihak PLN yang anda ikuti.?

7. Bagaimana pihak PT. PLN (Persero) menjaga sopan santun dalam berkomunikasi, sikap tindak perilaku dalam hal melayani kepentingan / kebutuhan pelanggan.?

8. Bagaimana pihak PT. PLN (persero) bersikap bijak dan bekerja secara professional, serta dapat diandalkan dan dapat dipercaya dalam melayani keluhan pelanggan.?

9. Bagaimana menurut anda peranan humas di PT. PLN (Persero) dalam membina hubungan dengan pelanggan.?

10. Apakah humas PT. PLN (Persero) sudah menjalankan perannya sesuai dengan kebijakan perusahaan.?

11. Hubungan komunikasi seperti apa yang dilakukan humas PT. PLN (Persero) dalam membina hubungan pelanggan.?

12. Apa saja hubungan keuar yag sudah di bangun oleh PT. PLN (Persero) pada pelanggan. ?

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGESAHAN PEMBIMBING**

**PERAN HUMAS DALAM MEMBINA HUBUNGAN DENGAN PELANGGAN  
PADA PT. PLN (PERSERO) WILAYAH RIAU KEPRI ULP (UNIT  
LAYANAN PELANGGAN) BANGKINANG**

Disusun Oleh:

NAMA : IRFAN TASBIH

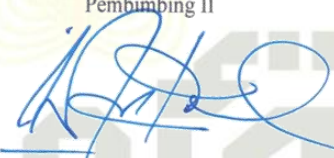
NIM : 11443104564

Telah disetujui dosen pembimbing pada tanggal: 30 Januari 2020

Pembimbing I

  
**Dr. Toni Hartono, M.Si**  
NIP. 19780605/200701 1024

Pembimbing II

  
**Intan Kemala, S.Sos, M.Si**  
NIP.19810612 200801 2 017

UIN SUSKA RIAU



UIN SUSKA RIAU

milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrandt No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 P.O. Box. 1004 Telp. 0761-562223  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/1894/2018  
Sifat : Biasa  
Lampiran : 1 berkas  
Hal : Penunjukan Pembimbing  
a.n. **Irfan Tasbih**

Pekanbaru, 15 Rajab 1439 H  
02 April 2018 M

Kepada Yth.

1. **Dr. Toni Hartono, M.Si**
2. **Intan Kemala, S.Sos., M.Si**

Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Suska Riau

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Dengan hormat,

Berdasarkan keputusan pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi tentang penetapan judul dan pembimbing skripsi mahasiswa a.n. **Irfan Tasbih** NIM. 11443104564 dengan judul "**Peranan Humas Dalam Membina Hubungan Dengan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Rayon Bangkinang**" (proposal terlampir), maka kami harapkan kesediaan saudara menjadi pembimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut.

Bimbingan yang saudara berikan meliputi :

1. Materi / Isi Skripsi
2. Metodologi Penelitian

Kami tambahkan bahwa saudara dapat mengarahkan atau mengubah judul di atas bersama mahasiswa bersangkutan, sejauh tidak mengubah tema atau masalah pokoknya. Kami harapkan bimbingan tersebut dapat selesai dalam waktu **6 (enam) bulan**.

Atas kesediaan & perhatian saudara diucapkan terima kasih.

UIN SUSKA RIAU



Wassalam  
Dekan,

**Dr. Yasri Yazid, M.S**

NIP. 19720429 200501 1 004

Tembusan :

1. Ketua Jurusan Komunikasi

- hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp. 0761-562223  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/6230/2018  
Sifat : Biasa  
Lampiran: 1 (satu) Eksemplar  
Hal : Mengadakan Penelitian

Pekanbaru, 4 Rabiul Awal 1440 H  
12 November 2018 M

Kepada Yth.

**Gubernur Riau**

Up. Kepala Dinas Penanaman Modal Dan  
Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau  
Di Pekanbaru

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Dengan hormat,

Kami sampaikan bahwa mahasiswa kami :

Nama : **Irfan Tasbih**  
NIM : 11443104564  
Semester : IX (Sembilan)  
Jurusan/Prodi : Ilmu Komunikasi

Mengadakan penelitian dalam rangka penyusunan tugas akhir skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul :

**" Peranan Humas dalam Membina Hubungan dengan Pelanggan pada PT. PLN (PERSERO) Wilayah Riau Kepri Rayon Bangkinang "**

Adapun sumber data penelitian adalah :

**"PT. PLN (PERSERO) Wilayah Riau Kepri Rayon Bangkinang"**

Untuk maksud tersebut kami mohon berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap pelaksanaan penelitian tersebut.

Demikianlah yang kami sampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalam  
a.n. Rektor,  
Dekan,



**Dr. Nurdin, MA**

NIP. 19660620 200604 1 015

Tembusan :

1. Rektor UIN Suska Riau





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**PT. PLN (PERSERO)  
WILAYAH RIAU DAN KEPRI**

Jalan : Musyawarah RT. 01 / RW. 09 Kel. Labuhbaru Barat Kec. Payung Sekaki Pekanbaru - Riau 28292  
 Telp. : (0761) 855840, 855841 Faximile : (0761) 855310 Alamat Kawat :  
 (0761) 853737, 855309

No : 0244 /SDM.04.10/SRM-SDM-UMUM/2019 30 April 2019  
 Lampiran : -  
 Sifat : Biasa  
 Perihal : Jawaban Izin Penelitian

Kepada:  
 Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim  
 Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
 Di -  
 Jl. H.R Soebrantas No. 155 KM. 15  
 Pekanbaru

Up. Yth. Dekan,

Sehubungan dengan surat nomor Un.04/F.VII/PP.00.9/6845/2018 pada tanggal 20 Desember 2018 perihal Izin Riset kepada mahasiswa sbb:

No	Nama Mahasiswa	Nomor Mahasiswa	Program Studi
1	Irfan Tasbin	11443104564	Ilmu Komunikasi

Untuk penulisan tugas akhir dengan judul: "Peranan Humas dalam Membina Hubungan dengan Pelanggan pada PT PLN (Persero) Wilayah Riau Kepri ULP (Unit Layanan Pelanggan) Bangkinang," dengan ini disampaikan sebagai berikut:

1. Pada prinsipnya penelitian tersebut dapat kami setujui
2. Pengambilan data penelitian diijinkan berupa wawancara dengan Assistant Manager Komunikasi dan Manager ULP Bangkinang.

Demikian kami disampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.



Tembusan:  
 1. Manager ULP Bangkinang

UIN SUSKA RIAU



**PEMERINTAH KABUPATEN KAMPAR**  
**KANTOR KESATUAN BANGSA DAN POLITIK**

JALAN TUANKU TAMBUSAI TELP. (0762) 20146

**BANGKINANG**

Kode Pos : 28412

**REKOMENDASI**

Nomor : 070/KKBP/2018/917

Tentang

**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/ PRA RISET  
DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

Kepala Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Kampar setelah membaca Surat Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau Nomor : 503/DPMPTSP/NON-RISET/1514 tanggal 15 November 2018, dengan ini memberi Rekomendasi /Izin Penelitian kepada:

- |                     |   |
|---------------------|---|
| 1. Nama             | : <b>IRFAN TASBIH</b>   |
| 2. NIM              | : 11443104560   |
| 3. Universitas      | : UIN SUSKA RIAU  |
| 4. Program Studi    | : ILMU KOMUNIKASI   |
| 5. Jenjang          | : S1  |
| 6. Alamat           | : PEKANBARU   |
| 7. Judul Penelitian | : <b>PERANAN HUMAS DALAM MEMBINA HUBUNGAN DENGAN PELANGGAN PADA PT. PLN (PERSERO) UNIT INDUK WILAYAH RIAU KEPRI ULP (UNIT LAYANAN PELANGGAN) BANGKINANG</b> |
| 8. Lokasi           | : PT. PLN (PERSERO) UNIT INDUK WILAYAH RIAU KEPRI ULP (UNIT LAYANAN PELANGGAN) BANGKINANG   |

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Tidak melakukan Penelitian yang menyimpang dari ketentuan dalam proposal yang telah ditetapkan atau yang tidak ada hubungannya dengan kegiatan riset/pras riset dan pengumpulan data ini.

Pelaksanaan kegiatan penelitian/pengumpulan data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini dikeluarkan.

Demikian rekomendasi ini diberikan, agar digunakan sebagaimana mestinya dan kepada pihak yang terkait diharapkan untuk dapat memberikan kemudahan dan membantu kelancaran kegiatan Riset dan terima kasih.

Dikeluarkan di Bangkinang  
pada tanggal 22 November 2018

a.n. **KEPALA KANTOR KESBANGPOL**  
Kasi. Kesatuan Bangsa

**ONNITA, SE**  
Penata Tk. I  
NIP. 19661009198803 2 003

Rekomendasi ini disampaikan Kepada Yth;

1. Pimpinan PT. PLN ( PERSERO ) Unit Induk Wilayah Riau Kepri ULP (Unit Layanan Pelanggan ) Bangkinang
2. Dekan Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru.
3. Yang Bersangkutan.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## PEMERINTAH PROVINSI RIAU

### DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I & II Komp. Kantor Gubernur Riau  
Jl. Jenderal Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39119 Fax. (0761) 39117, PEKANBARU  
Email : dpmptsp@riau.go.id Kode Pos : 28126



182010

### REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/15614  
TENTANG

#### PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : Un/04/F.IV/PP.00.9/6230/2018 Tanggal 12 November 2018**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

- |                      |  |
|----------------------|--|
| 1. Nama              | : IRFAN TASBIH   |
| 2. NIM / KTP         | : 11443104564  |
| 3. Program Studi     | : ILMU KOMUNIKASI  |
| 4. Jenjang           | : S1   |
| 5. Alamat            | : PEKANBARU  |
| 6. Judul Penelitian  | : PERANAN HUMAS DALAM MEMBINA HUBUNGAN DENGAN PELANGGAN PADA PT. PLN (PERSERO) WILAYAH RIAU KEPRI RAYON BANGKINANG |
| 7. Lokasi Penelitian | : PT. PLN (PERSERO) WILAYAH RIAU KEPRI RAYON BANGKINANG  |

Dengan Ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan yang tidak ada hubungan dengan kegiatan ini.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini dibuat.

Demikian Rekomendasi ini diberikan agar dapat digunakan sebagaimana mestinya dan kepada pihak yang terkait diharapkan untuk dapat memberikan kemudahan dan membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini dan terima kasih.

Dibuat di : Pekanbaru  
Pada Tanggal : 15 November 2018



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :  
Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)

DINAS PENANAMAN MODAL DAN  
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
PROVINSI RIAU

Penyampaian :

Disampaikan Kepada Yth :

Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru  
Bupati Kampar  
Up. Kepala Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik di Bangkinang  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru  
Yang Bersangkutan





## RIWAYAT HIDUP PENULIS

**Irfan Tasbih**, lahir di bangkinang, Kabupaten kampar Provinsi Riau pada tanggal 25 Juni 1996 merupakan anak pertama dari 3 ( tiga ) bersaudara, lahir dari pasangan Ayahanda H. Mahyudin dan Hj. Rajiah. Pada tahun 2002 memulai pendidikan pada jenjang Sekolah Dasar di SDN 022 Padang Mutung, kecamatan Kampar kabupaten kampar.

Lulus pada tahun 2008. Setelah itu, penulis melanjutkan pendidikan pada MTSN Padang Mutung selama 3 (tiga) tahun yaitu dari tahun 2008 sampai tahun 2011. Tamat dari MTSN tersebut, penulis melanjutkan pendidikan menengah atas di SMAN 2 Kampar 3 (tiga) tahun yaitu dari tahun 2011 sampai tahun 2014. Kemudian pada tahun 2014 berkat restu dan doa kedua orang tua, penulis melanjutkan pendidikan Strata-1 (S-1) tepatnya di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Fakultas Dakwah dan komunikasi, dengan jurusan Ilmu Komunikasi.

Selama menjadi mahasiswa, penulis melaksanakan magang selama 2 ( dua bulan ) di BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru. Selain itu penulis juga aktif dalam beberapa kegiatan organisasi baik internal maupun eksternal kampus. Atas berkat dan rahmat Allah Subhanahu WaTa'ala serta do'a dan dukungan dari orang - orang tercinta, akhirnya penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul **"Peran Humas dalam Membina hubungan dengan Pelanggan pada PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Kepri ULP Bangkinang."** di bawah bimbingan langsung Bapak Dr. Toni Hartono M.Si dan ibuk Intan kemala M.Si Berdasarkan hasil ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada tanggal 11 April 2020, penulis dinyatakan **LULUS** dan telah berhak menyandang gelar Sarjana Hukum (S.I.kom).

Bismillahirrahmanirrahim, walhamdulillah

Hak Cipta  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.